



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXVII - n. 3

**Publicato sul sito www.agcm.it
30 gennaio 2017**

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
I801A - SERVIZIO DI PRENOTAZIONE DEL TRASPORTO MEDIANTE TAXI - ROMA	
<i>Provvedimento n. 26340</i>	5
I801B - SERVIZIO DI PRENOTAZIONE DEL TRASPORTO MEDIANTE TAXI - MILANO	
<i>Provvedimento n. 26345</i>	12
A490 - SOFTWARE PROCESSO CIVILE TELEMATICO	
<i>Provvedimento n. 26350</i>	19
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	29
C12073 - POSTE ITALIANE-FSII INVESTIMENTI-F2I RETI LOGICHE/SIA	
<i>Provvedimento n. 26331</i>	29
C12078 - PETROLIFERA ADRIATICA/RAMO DI AZIENDA DI ESSO ITALIANA	
<i>Provvedimento n. 26332</i>	35
C12081 - AXA INFRASTRUCTURE HOLDING/TRE SOLAR	
<i>Provvedimento n. 26333</i>	40
ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	43
AS1344 - AFFIDAMENTO IN CONCESSIONE DI BENI DEMANIALI INDISPONIBILI DEL PATRIMONIO DEL COMUNE DI CARRARA	
	43
DIRITTI TELEVISIVI	47
SR28 - LEGA CALCIO SERIE A-LINEE GUIDA CAMPIONATI DI CALCIO 2018/2019 - 2019/2020 - 2020/2021	
<i>Provvedimento n. 26351</i>	47
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	63
PS10572 - CASELLARIO UNICO TELEMATICO IMPRESE	
<i>Provvedimento n. 26336</i>	63
PS10575 - PORTALE IMPRESE	
<i>Provvedimento n. 26337</i>	72

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

I801A - SERVIZIO DI PRENOTAZIONE DEL TRASPORTO MEDIANTE TAXI - ROMA *Provvedimento n. 26340*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 gennaio 2017;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'articolo 101 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (TFUE);

VISTO il Regolamento n. 1/2003 del Consiglio del 16 dicembre 2002, concernente l'applicazione delle regole di concorrenza di cui agli articoli 101 e 102 del TFUE;

VISTA la segnalazione inviata da Mytaxi Italia S.r.l. in data 8 novembre 2016 e successive integrazioni;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LA SEGNALAZIONE

1. In data 8 novembre 2016 è pervenuta una segnalazione da parte di Mytaxi Italia S.r.l. (di seguito Mytaxi), filiale italiana di un gruppo fondato nel giugno 2009 e che dal 2014, dopo la fusione con Moovel GmbH, appartiene al gruppo automobilistico tedesco Daimler AG. Mytaxi è attiva nella gestione di un'applicazione (*app*) per dispositivi mobili (*smartphone* e *tablet*) che mette in collegamento diretto tassisti e utenti e opera in Italia, a Roma e a Milano, dal 2015.

2. Mytaxi fornisce ai singoli tassisti servizi di raccolta e smistamento della domanda tramite una *app* per *smartphone* e *tablet*. L'adesione ai servizi di Mytaxi è gratuita, così come gratuita è l'uscita dal servizio, e non è previsto un numero di corse obbligatorie in caso di convenzionamento. I tassisti convenzionati pagano a Mytaxi una commissione in percentuale sul prezzo di ogni corsa portata a termine. Non esistono clausole di esclusiva, per cui i tassisti convenzionati con Mytaxi possono utilizzare in contemporanea qualunque altro sistema di raccolta e smistamento della domanda. Tra i servizi aggiuntivi offerti da Mytaxi all'utenza finale vi è anche l'implementazione di un sistema di *rating* del viaggio che consente al passeggero di effettuare una valutazione sul tipo di servizio effettuato.

3. Mytaxi lamenta il ricorso a clausole di esclusiva da parte delle società che gestiscono i servizi di radiotaxi all'interno delle aree del Comune di Roma. Tali clausole di esclusiva sarebbero idonee, ad avviso del segnalante, ad impedire od ostacolare l'ingresso di nuovi operatori nel mercato della

raccolta e dello smistamento della domanda del servizio taxi¹. Le clausole di esclusiva risultano dagli atti che disciplinano i rapporti tra le società di gestione del servizio radiotaxi e i tassisti aderenti. Mytaxi evidenzia inoltre condotte delle predette società ostative allo sviluppo di ogni altro strumento di raccolta della domanda ulteriore rispetto al radiotaxi e consistenti, in particolare, in ostacoli allo sviluppo del c.d. numero unico comunale.

II. LE PARTI

4. Radiotaxi 3570 - Società Cooperativa (di seguito anche Radiotaxi 3570) è la principale società di gestione del radiotaxi a Roma. A Radiotaxi 3570 aderiscono circa 3.700 tassisti.

5. Cooperativa Pronto Taxi 6645 - Società Cooperativa (di seguito anche Pronto Taxi 6645) è una cooperativa di gestione del radiotaxi, operante a Roma. A Pronto Taxi 6645 aderiscono circa 1.200 tassisti.

6. Samarcanda - Società Cooperativa (di seguito anche Samarcanda) è una cooperativa di gestione del radiotaxi (5551), attiva a Roma. A Samarcanda aderiscono circa 365 tassisti.

7. Mytaxi Italia s.r.l., è una società appartenente al gruppo automobilistico tedesco Daimler AG. Mytaxi, in qualità di segnalante.

III. SERVIZIO TAXI ED EVOLUZIONE NELLE MODALITÀ DI RACCOLTA DELLA DOMANDA

8. L'attività di trasporto mediante taxi è disciplinata dalla legge 15 gennaio 1992 n. 21 (*“Legge-quadro per il trasporto di persone mediante autoservizi pubblici non di linea”*), alla quale devono conformarsi i regolatori locali che sono costituiti dalle Regioni e dai Comuni².

9. La legge definisce il servizio di taxi come un servizio di trasporto pubblico non di linea che: *“ha lo scopo di soddisfare le esigenze del trasporto individuale o di piccoli gruppi di persone; si rivolge ad un’utenza indifferenziata; lo stazionamento avviene in luogo pubblico; le tariffe sono determinate amministrativamente dagli organi competenti [i Comuni] che definiscono anche le modalità del servizio; il prelevamento dell’utente ovvero l’inizio del servizio avvengono all’interno dell’area comunale o comprensoriale”* (art. 2, comma 1). Inoltre: *“la prestazione del servizio è obbligatoria”* (art. 2, comma 2). Infine, l’esercizio dell’attività *“è soggetta a licenza”* (art. 8).

¹ Mytaxi evidenzia che la natura anticoncorrenziale di tali clausole è stata sottolineata anche dall’Autorità di regolazione dei trasporti nel suo “Atto di segnalazione al Governo e al Parlamento sull’autotrasporto di persone non di linea: taxi, noleggio con conducente e servizi tecnologici per la mobilità” del 21 maggio 2015.

² In particolare, l’art. 4 (“Competenze regionali”) stabilisce che: “Le regioni esercitano le loro competenze in materia di trasporto di persone mediante autoservizi pubblici non di linea ai sensi del decreto del presidente della Repubblica 24 luglio 1977 n. 616, e nel quadro dei principi fissati dalla presente legge” (comma 1). “Le regioni, inoltre, una volta stabiliti i criteri cui devono attenersi i comuni nel redigere i regolamenti sull’esercizio dei servizi di taxi e di noleggio con conducente, delegano agli enti locali l’esercizio delle funzioni amministrative attuative di cui al comma 1(…)” (comma 2). Infine: “Nel rispetto delle norme regionali, gli enti locali delegati (...) disciplinano l’esercizio degli autoservizi pubblici non linea a mezzo di specifici regolamenti (...)” (comma 3). L’art. 5, (“Competenze comunali”), attribuisce ai Comuni il compito di stabilire, tra l’altro “le modalità per lo svolgimento del servizio” (comma 1, lett. b).

10. Il servizio taxi ha precise caratteristiche che lo differenziano dal servizio di noleggio con conducente (anche servizio NCC). Il servizio taxi è infatti assoggettato a: (i) obbligo di servizio nei confronti di un'utenza indifferenziata; (ii) obbligo di stazionamento su piazza; (iii) tariffe fissate dalla pubblica amministrazione; (iv) territorialità e obbligo di inizio del servizio nel Comune che ha rilasciato la licenza; (v) servizio a chiamata immediata³.

11. Per quanto concerne la disciplina dell'attività di taxi a Roma, è sufficiente ricordare che nel Lazio la legge nazionale è integrata dalla legge regionale del Lazio n. 58 del 26 ottobre 1993 e ss.mm. e dal Regolamento capitolino, approvato con deliberazione consiliare n. 68 dell'8/9 novembre 2011, il quale, all'art. 28, prevede tra le modalità di chiamata quella via radio⁴.

12. Ai canali tradizionali di raccolta della domanda del servizio taxi (richiesta diretta da parte dell'utenza di un taxi in transito o nei posteggi, chiamata telefonica alle colonnine situate nei posteggi) - e al c.d. servizio radiotaxi - si sono aggiunte recentemente nuove modalità di raccolta e smistamento della domanda che utilizzano le tecnologie basate sulla geo-localizzazione della domanda e dell'offerta.

13. Il servizio radiotaxi funziona mediante un sistema centralizzato nel quale una centrale operativa riceve le richieste telefoniche, ricerca via radio e localizza il taxi disponibile più vicino al luogo del prelevamento dell'utente al momento della chiamata e gli assegna la corsa. Per usufruire del servizio radiotaxi il singolo tassista paga una *fee* d'ingresso in cifra fissa ed un canone mensile, il cui ammontare è stabilito dal rispettivo gestore di radiotaxi.

14. Si tratta di una modalità di raccolta che nel tempo è diventata prevalente, poiché consente di smistare con efficienza e celerità le chiamate di utenti che necessitano del servizio taxi. Ciò che caratterizza il servizio radiotaxi è che non vi è alcun rapporto diretto tra utente finale e tassista. Tutti i rapporti con l'utente sono infatti gestiti dalla centrale radiotaxi: l'utente è informato solamente del nome del taxi in arrivo e del tempo che il taxi impiegherà per giungere a destinazione.

15. Molti gestori di radiotaxi hanno iniziato a utilizzare modalità aggiuntive, alternative alla ricezione telefonica delle chiamate, di cui gli utenti possono avvalersi per chiamare un taxi⁵.

16. Il numero unico comunale (06.0609) è stato sviluppato dal Comune di Roma con l'obiettivo di sostituire le colonnine di chiamata ai posteggi e garantire una maggiore efficacia ed efficienza dell'attività di raccolta della domanda del servizio taxi⁶.

17. In questo contesto Mytaxi, attraverso la sua *app*, mette direttamente in contatto i tassisti con gli utenti che hanno scaricato l'apposita *app* e intendono prenotare una corsa taxi. L'utente, fin dal momento successivo alla geo-localizzazione del taxi più vicino, riceve informazioni relative al tipo

³ Gli NCC non sono invece assoggettati a obblighi di servizio, la loro prestazione non è obbligatoria, non devono stazionare su piazza ma si rivolgono ad un'utenza che avanza, presso la rimessa, apposita richiesta, le tariffe sono concordate tra le parti; quanto alla territorialità, il servizio può avere inizio anche al di fuori del comune dove ha sede la rimessa; infine, il servizio è soggetto ad autorizzazione.

⁴ Cfr. l'art. 28, che stabilisce, ai fini dell'accesso al servizio, la modalità della richiesta diretta presso il luogo di stazionamento, quella della richiesta telefonica presso la colonnina situata al posteggio, la richiesta via radio.

⁵ Applicazioni dedicate per dispositivi mobili, quali *smartphone* e *tablet*, ricorso alla messaggistica Whatsapp e Telegram, siti internet webtaxi.

⁶ Tale numero funziona sia attraverso il telefono che mediante l'apposita applicazione ed è basato anch'esso sulla geo-localizzazione della domanda e dell'offerta.

di auto, al nominativo e alla foto del conducente e segue l'approssimarsi del taxi su una mappa interattiva.

IV. LE CONDOTTE IN ESAME

18. Il presente procedimento riguarda innanzitutto le clausole di esclusiva contenute negli atti delle parti che regolano i rapporti con i tassisti. Di seguito si richiamano, senza carattere di esaustività, essendo oggetto di accertamento nel corso dell'attività istruttoria, alcune rilevanti disposizioni previste nei predetti atti delle società parti del procedimento.

19. Ad esempio lo Statuto di Radiotaxi 3570 (es. artt. 4, 5 e 10) prevede che i soci che si avvalgono del servizio radiotaxi o di altro sistema di ricetrasmisione dati predisposto dalla società possono usare solo apparecchiature con caratteristiche conformi a quelle fissate dalla società stessa; laddove emergessero anomalie, a seguito di ispezioni dei mezzi da parte della società, sono previsti procedimenti disciplinari, con possibile sanzione della sospensione del socio. In ogni caso, non possono divenire soci quanti esercitano in proprio imprese in concorrenza con la società ed è prevista l'esclusione dei soci che adottino comportamenti in contrasto o concorrenza con le finalità della società. Anche lo Statuto di Pronto Taxi 6645 (es. artt. 4 e 8) contiene clausole che non consentono di essere soci a coloro che svolgano attività concorrente con quella della società, lasciando all'organo amministrativo il compito di valutare i settori in cui operano i soci e le dimensioni della loro attività, prevedendo altresì la possibilità di esclusione nei confronti del socio che, senza autorizzazione del Consiglio di Amministrazione, svolga attività in concorrenza con quella della società. Analogamente, in base allo Statuto di Samarcanda (es. artt. 5, 7 e 14) non è consentito divenire soci a quanti esercitano imprese in concorrenza, oltre a coloro che usano il servizio di radiotaxi di altri soggetti; è richiesto l'uso esclusivo delle apparecchiature, che devono rispondere a determinati requisiti; è altresì prevista l'esclusione del socio che compia abusi nel procacciamento dei clienti.

20. Tra le condotte delle parti lamentate dal denunciante, ostative allo sviluppo di ogni altro strumento di raccolta della domanda ulteriore rispetto al radiotaxi, rilevano altresì le resistenze opposte dai principali gestori di radiotaxi all'introduzione del numero unico comunale, di cui danno conto alcune notizie di stampa⁷.

V. VALUTAZIONI

Vi Il mercato rilevante

21. Ai fini della valutazione del caso in esame, può essere individuato un mercato della fornitura di servizi di raccolta e smistamento della domanda del servizio taxi, in cui al canale c.d. "tradizionale" (posteggi e colonnine) si affiancano il radiotaxi, i numeri unici comunali e le *app* che mettono direttamente in contatto l'utenza e i tassisti (come Mytaxi). Si tratta di un mercato distinto da quello della fornitura del servizio taxi, servizio pubblico di rilevanza economica assoggettato a specifici obblighi di servizio pubblico. Sul mercato rilevante l'offerta è rappresentata dai fornitori di servizi di raccolta e smistamento corse e la domanda dai singoli

⁷ Cfr. Repubblica.it dell'11 ottobre 2016 "Taxi. Comune contro 3570. Boicottano il numero unico"; Affari italiani.it dell'11 ottobre 2016: "Taxi Roma: numero unico contro app. M5S fa esplodere la nuova guerra"; Romatoday.it e Uritaxi.it del 12 ottobre 2016.

tassisti, che possono acquistare tali servizi da terzi o aderire ad una società che eroga questi servizi.

22. La dimensione geografica del mercato interessato è locale e corrispondente all'ambito territoriale del comune di Roma, che ha rilasciato la licenza taxi e da cui origina il traffico dei tassisti che si avvalgono dei radiotaxi delle società parti del procedimento.

23. Roma è la città italiana con il maggior numero di licenze taxi, pari a 7.661, con una densità rispetto agli abitanti di 2,9 taxi⁸. Secondo i dati forniti dal segnalante, a Roma sono circa 2.000 i tassisti indipendenti dalle società di gestione dei radiotaxi (pari al 26%); emerge dunque una prevalenza netta di tassisti che sono clienti o soci delle società di gestione dei radiotaxi (il 74%).

Vii La qualificazione della fattispecie

24. Le clausole di esclusiva contenute negli atti - riportati *supra* al §19 - che regolano i rapporti tra Radiotaxi 3570, Pronto Taxi 6645, Samarcanda e i rispettivi clienti e/o soci, individuano specifici obblighi di non concorrenza, e costituiscono la principale espressione di condotte delle società menzionate volte ad ostacolare, se non ad impedire, l'utilizzo simultaneo da parte dei singoli tassisti di vari intermediari per la fornitura di servizi di raccolta e smistamento della domanda. Ove applicati ad una percentuale maggioritaria dei tassisti in un dato ambito territoriale, questi obblighi di non concorrenza appaiono idonei ad impedire od ostacolare l'ingresso nel mercato rilevante di nuovi operatori che offrono servizi innovativi di raccolta e smistamento della domanda senza alcuna previsione di esclusiva.

25. Con specifico riferimento alla città di Roma, le condotte poste in essere da operatori che forniscono servizi di raccolta e smistamento della domanda di taxi a circa i tre quarti dei tassisti, appaiono in grado di ostacolare e rallentare fortemente lo sviluppo dell'attività del nuovo operatore Mytaxi.

26. Inoltre i comportamenti individuati appaiono idonei a limitare la concorrenza tra gli stessi gestori di radiotaxi, riducendo le opportunità di scelta dei tassisti e degli stessi utenti finali (qualora si dovessero sviluppare le forme di *rating* dei servizi offerti, attualmente previste nell'offerta di Mytaxi). Ancora, tenuto conto che le tariffe comunali applicate dal servizio taxi devono essere correttamente intese come tariffe massime, non si può escludere che uno sviluppo di nuove modalità di ricerca del servizio taxi da parte dell'utenza finale possa portare ad una crescita del mercato (e/o di sue particolari nicchie) e dunque a forme di differenziazione dei prezzi per tipologia di utenze, fasce orarie, ecc.

27. In definitiva, le condotte descritte sono suscettibili di integrare una possibile violazione dell'articolo 101 del TFUE o dell'articolo 2 della legge n. 287/90 e, in particolare, le clausole di esclusiva contenute negli atti (in particolare statuti, regolamenti, contratti) di Radiotaxi 3570, Pronto Taxi 6645 e Samarcanda possono configurarsi come intese verticali tra tali piattaforme ed i singoli tassisti aderenti nel mercato geografico rilevante ed essere dunque idonee a determinare un effetto escludente cumulativo di natura anticoncorrenziale, limitando altresì la concorrenza orizzontale tra i gestori di radiotaxi.

⁸ Taxi per 1.000 abitanti. La densità per kmq a Roma è invece di 5,9. Fonte: Autorità di regolazione dei trasporti. Secondo Rapporto annuale al Parlamento, luglio 2015.

Viii L'applicabilità del diritto dell'Unione Europea

27. Secondo il costante orientamento della giurisprudenza comunitaria un'intesa è suscettibile di pregiudicare gli scambi intracomunitari quando, sulla base di una serie di elementi oggettivi di diritto e di fatto, la stessa possa esercitare un'influenza diretta o indiretta, attuale o potenziale, sulle correnti di scambio tra Stati membri, in una misura che potrebbe nuocere alla realizzazione degli obiettivi di un mercato unico⁹. Le intese in esame appaiono pertanto idonee a restringere il commercio fra gli Stati membri, in violazione dell'articolo 101 del TFUE, in quanto Mytaxi appartiene a un gruppo tedesco, attivo in diversi paesi europei e le condotte in esame sono suscettibili di ostacolarne l'ingresso su mercati italiani.

RITENUTO, pertanto, che le condotte descritte e, in particolare, le clausole di esclusiva contenute negli atti che regolano i rapporti tra le società Radiotaxi 3570, Pronto Taxi 6645, Samarcanda e i tassisti aderenti, sono suscettibili di configurare una possibile violazione dell'articolo 101 del TFUE o dell'articolo 2 della legge n. 287/90;

DELIBERA

a) l'avvio dell'istruttoria, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, nei confronti delle società Radiotaxi 3570 - Società Cooperativa, Cooperativa Pronto Taxi 6645 - Società Cooperativa, Samarcanda - Società Cooperativa, per accertare l'esistenza di violazioni dell'articolo 101 del TFUE o dell'articolo 2 della legge n. 287/90;

b) la fissazione del termine di giorni sessanta decorrente dalla notificazione del presente provvedimento per l'esercizio da parte dei legali rappresentanti delle parti, o di persone da essi delegate, del diritto di essere sentiti, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione "Agroalimentare e Trasporti" della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità almeno quindici giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;

c) che il responsabile del procedimento è la Dottoressa Stefania Di Girolamo;

d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione "Agroalimentare e Trasporti" della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità dai rappresentanti legali delle parti, nonché da persone da essi delegate;

e) che il procedimento deve concludersi entro il 31 marzo 2018.

⁹ Cfr. la Comunicazione della Commissione europea sulla nozione del pregiudizio al commercio fra Stati membri di cui agli articoli 81 e 82 Trattato CE (Commissione 2004/C 101/07, in GUCE C 101/81 del 27 aprile 2004); cfr. sentenza della Corte di giustizia delle Comunità europee dell'11 luglio 2005, C-42/84, Remia BV e al. c. Commissione.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

1801B - SERVIZIO DI PRENOTAZIONE DEL TRASPORTO MEDIANTE TAXI - MILANO

Provvedimento n. 26345

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 gennaio 2017;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'articolo 101 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (TFUE);

VISTO il Regolamento n. 1/2003 del Consiglio del 16 dicembre 2002, concernente l'applicazione delle regole di concorrenza di cui agli articoli 101 e 102 del TFUE;

VISTA la segnalazione inviata da Mytaxi Italia S.r.l. in data 8 novembre 2016 e successive integrazioni;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LA SEGNALAZIONE

1. In data 8 novembre 2016 è pervenuta una segnalazione da parte di Mytaxi Italia S.r.l. (di seguito Mytaxi), filiale italiana di un gruppo fondato nel giugno 2009 e che dal 2014, dopo la fusione con Moovel GmbH, appartiene al gruppo automobilistico tedesco Daimler AG. Mytaxi è attiva nella gestione di un'applicazione (*app*) per dispositivi mobili (*smartphone* e *tablet*) che mette in collegamento diretto tassisti e utenti e opera in Italia, a Roma e a Milano, dal 2015.

2. Mytaxi fornisce ai singoli tassisti servizi di raccolta e smistamento della domanda tramite una *app* per *smartphone* e *tablet*. L'adesione ai servizi di Mytaxi è gratuita, così come gratuita è l'uscita dal servizio e non è previsto un numero di corse obbligatorie in caso di convenzionamento. I tassisti convenzionati pagano a Mytaxi una commissione in percentuale sul prezzo di ogni corsa portata a termine. Non esistono clausole di esclusiva, per cui i tassisti convenzionati con Mytaxi possono utilizzare in contemporanea qualunque altro sistema di raccolta e smistamento della domanda. Tra i servizi aggiuntivi offerti da Mytaxi all'utenza finale vi è anche l'implementazione di un sistema di *rating* del viaggio che consente al passeggero di effettuare una valutazione sul tipo di servizio effettuato.

3. Mytaxi lamenta il ricorso a clausole di esclusiva da parte delle società che gestiscono i servizi di radiotaxi all'interno delle aree del Comune di Milano. Tali clausole di esclusiva sarebbero idonee, ad avviso del segnalante, ad impedire od ostacolare l'ingresso di nuovi operatori nel mercato della raccolta e dello smistamento della domanda del servizio taxi¹. Le clausole di esclusiva risultano dagli atti che disciplinano i rapporti tra le società di gestione del servizio radiotaxi e i tassisti aderenti. Mytaxi evidenzia inoltre condotte delle predette società ostative allo sviluppo di ogni

¹ Mytaxi evidenzia che la natura anticoncorrenziale di tali clausole è stata sottolineata anche dall'Autorità di regolazione dei trasporti nel suo "Atto di segnalazione al Governo e al Parlamento sull'autotrasporto di persone non di linea: taxi, noleggio con conducente e servizi tecnologici per la mobilità" del 21 maggio 2015.

altro strumento di raccolta della domanda ulteriore rispetto al radiotaxi e consistenti, in particolare in ostacoli allo sviluppo del c.d. numero unico comunale, nonché in recessi da contratti con tassisti che avevano iniziato a utilizzare l'app Mytaxi.

II. LE PARTI

4. Taxiblu Consorzio Radiotaxi Satellitare Società Cooperativa in breve Taxiblu S.c. (di seguito anche Taxiblu) è una società cooperativa che gestisce il servizio radiotaxi (4040), attiva a Milano e nell'hinterland milanese. Il Consorzio è nato il 21 aprile 1999 dall'unione dei quattro storici radiotaxi di Milano: 6767 (A.R.Co.), 8383 (Esperia), 5353 (a.a.a.Aderenti), 3100 (Piccola Cooperativa) e rappresenta il più grande radiotaxi di Milano. A Taxiblu aderiscono circa 1.800 tassisti.

5. Yellow Tax Multiservice S.r.l. (di seguito anche Yellow Tax) è una società che gestisce il servizio radiotaxi (6969), attiva a Milano e provincia. A Yellow Tax aderiscono circa 1.400 tassisti.

6. Autoradiotassi Società Cooperativa (di seguito anche Autoradiotassi) è una società cooperativa che gestisce il servizio radiotaxi a Milano (8585). Ad Autoradiotassi aderiscono circa 1.400 tassisti.

7. Mytaxi Italia s.r.l., è una società appartenente al gruppo automobilistico tedesco Daimler AG. Mytaxi, in qualità di segnalante.

III. SERVIZIO TAXI ED EVOLUZIONE NELLE MODALITÀ DI RACCOLTA DELLA DOMANDA

8. L'attività di trasporto mediante taxi è disciplinata dalla legge 15 gennaio 1992 n. 21 (*“Legge-quadro per il trasporto di persone mediante autoservizi pubblici non di linea”*), alla quale devono conformarsi i regolatori locali che sono costituiti dalle Regioni e dai Comuni².

9. La legge definisce il servizio di taxi come un servizio di trasporto pubblico non di linea che: *“ha lo scopo di soddisfare le esigenze del trasporto individuale o di piccoli gruppi di persone; si rivolge ad un'utenza indifferenziata; lo stazionamento avviene in luogo pubblico; le tariffe sono determinate amministrativamente dagli organi competenti [i Comuni] che definiscono anche le modalità del servizio; il prelevamento dell'utente ovvero l'inizio del servizio avvengono all'interno dell'area comunale o comprensoriale”* (art. 2, comma 1). Inoltre: *“la prestazione del servizio è obbligatoria”* (art. 2, comma 2). Infine, l'esercizio dell'attività *“è soggetta a licenza”* (art. 8).

² In particolare, l'art. 4 (*“Competenze regionali”*) stabilisce che: *“Le regioni esercitano le loro competenze in materia di trasporto di persone mediante autoservizi pubblici non di linea ai sensi del decreto del presidente della Repubblica 24 luglio 1977 n. 616, e nel quadro dei principi fissati dalla presente legge”* (comma 1). *“Le regioni, inoltre, una volta stabiliti i criteri cui devono attenersi i comuni nel redigere i regolamenti sull'esercizio dei servizi di taxi e di noleggio con conducente, delegano agli enti locali l'esercizio delle funzioni amministrative attuative di cui al comma 1(…)”* (comma 2). Infine: *“Nel rispetto delle norme regionali, gli enti locali delegati (...) disciplinano l'esercizio degli autoservizi pubblici non linea a mezzo di specifici regolamenti (...)”* (comma 3). L'art. 5, (*“Competenze comunali”*), attribuisce ai Comuni il compito di stabilire, tra l'altro *“le modalità per lo svolgimento del servizio”* (comma 1, lett. b).

10. Il servizio taxi ha precise caratteristiche che lo differenziano dal servizio di noleggio con conducente (anche servizio NCC). Il servizio taxi è infatti assoggettato a: (i) obbligo di servizio nei confronti di un'utenza indifferenziata; (ii) obbligo di stazionamento su piazza; (iii) tariffe fissate dalla pubblica amministrazione; (iv) territorialità e obbligo di inizio del servizio nel comune che ha rilasciato la licenza; (v) servizio a chiamata immediata³.

11. Per quanto concerne la disciplina dell'attività di taxi a Milano, è sufficiente ricordare che in Lombardia la disciplina dei taxi prevista dalla legge quadro nazionale è integrata dalla legge regionale della Lombardia n. 20 del 15 aprile 1995 e, per quanto qui di interesse, dal Regolamento del Comune di Milano, approvato con deliberazione consiliare n. 66 del 17 luglio 2000, che, all'art. 26, elenca le modalità di acquisizione del servizio, tra cui "*la richiesta telefonica attraverso l'utilizzo di nuove tecnologie*"⁴.

12. Ai canali tradizionali di raccolta della domanda del servizio taxi (richiesta diretta da parte dell'utenza di un taxi in transito o nei posteggi, chiamata telefonica alle colonnine situate nei posteggi) - e al c.d. servizio radiotaxi - si sono aggiunte recentemente nuove modalità di raccolta e smistamento della domanda che utilizzano le tecnologie basate sulla geo-localizzazione della domanda e dell'offerta.

13. Il servizio radiotaxi funziona mediante un sistema centralizzato nel quale una centrale operativa riceve le richieste telefoniche, ricerca via radio e localizza il taxi disponibile più vicino al luogo del prelevamento dell'utente al momento della chiamata e gli assegna la corsa. Per usufruire del servizio radiotaxi il singolo tassista paga una *fee* d'ingresso in cifra fissa ed un canone mensile, il cui ammontare è stabilito dal rispettivo gestore di radiotaxi.

14. Si tratta di una modalità di raccolta che nel tempo è diventata prevalente, poiché consente di smistare con efficienza e celerità le chiamate di utenti che necessitano del servizio taxi. Ciò che caratterizza il servizio radiotaxi è che non vi è alcun rapporto diretto tra utente finale e tassista. Tutti i rapporti con l'utente sono infatti gestiti dalla centrale radiotaxi: l'utente è informato solamente del nome del taxi in arrivo e del tempo che il taxi impiegherà per giungere a destinazione.

15. Molti gestori di radiotaxi hanno iniziato a utilizzare modalità aggiuntive, alternative alla ricezione telefonica delle chiamate, di cui gli utenti possono avvalersi per chiamare un taxi⁵.

16. Il numero unico comunale (02.7777) è stato sviluppato dal Comune di Milano con l'obiettivo di sostituire le colonnine di chiamata ai posteggi e garantire una maggiore efficacia ed efficienza dell'attività di raccolta della domanda del servizio taxi⁶.

³ Gli NCC non sono invece assoggettati a obblighi di servizio, la loro prestazione non è obbligatoria, non devono stazionare su piazza ma si rivolgono ad un'utenza che avanza, presso la rimessa, apposita richiesta, le tariffe sono concordate tra le parti; quanto alla territorialità, il servizio può avere inizio anche al di fuori del comune dove ha sede la rimessa; infine, il servizio è soggetto ad autorizzazione.

⁴ Cfr. l'art. 26, comma 4, che prevede: "l'acquisizione del servizio (...) può avvenire: - mediante richiesta diretta avanzata all'auto pubblica in stazionamento di attesa presso gli appositi posteggi taxi; - richiesta diretta all'auto pubblica in transito (...); - richiesta telefonica esclusivamente attraverso gli opportuni apparecchi appositamente installati presso i posteggi taxi o centrale radiotaxi ovvero attraverso l'utilizzo di nuove tecnologie nel rispetto della peculiarità legislativa del servizio taxi. Le modalità di svolgimento dei servizi attraverso le centrali radiotaxi devono essere effettuate nel rispetto delle norme vigenti". In tal senso, peraltro, dispone anche il Regolamento regionale del "bacino di traffico del sistema aeroportuale del servizio taxi" del 4 aprile 2014.

⁵ Applicazioni dedicate per dispositivi mobili, quali *smartphone* e *tablet*, ricorso alla messaggistica Whatsapp e Telegram, siti internet webtaxi.

17. In questo contesto Mytaxi, attraverso la sua *app*, mette direttamente in contatto i tassisti con gli utenti che hanno scaricato l'apposita *app* e intendono prenotare una corsa taxi. L'utente, fin dal momento successivo alla geo-localizzazione del taxi più vicino, riceve informazioni relative al tipo di auto, al nominativo e alla foto del conducente e segue l'approssimarsi del taxi su una mappa interattiva.

IV. LE CONDOTTE IN ESAME

18. Il presente procedimento riguarda innanzitutto le clausole di esclusiva contenute negli atti delle parti che regolano i rapporti con i tassisti. Di seguito si richiamano, senza carattere di esaustività, essendo oggetto di accertamento nel corso dell'attività istruttoria, alcune rilevanti disposizioni previste nei predetti atti delle società parti del procedimento.

19. Ad esempio lo Statuto di Autoradiotassi (es. artt. 8 e 11) vieta ai soci di collaborare o aderire a imprese che perseguano scopi analoghi o svolgano attività, anche indirettamente, concorrenti con gli scopi e le attività della società; di esercitare la loro attività usando mezzi forniti da, o mediante l'intermediazione di, soggetti diversi dalla società; di prestare lavoro subordinato a favore di soggetti terzi in concorrenza con la società; nonché di svolgere anche in proprio attività che sia in concorrenza, anche indirettamente, con gli scopi e le attività della società. Per i soci in situazioni di incompatibilità è prevista l'esclusione. Il denunciante Mytaxi ha riportato clausole di esclusiva di analogo tenore contenute nel Regolamento per i tassisti utenti di Taxiblu, il quale non consente loro di utilizzare ogni altro servizio di smistamento o ricezione delle chiamate, a prescindere dal mezzo tecnologico, nonché nel contratto di fornitura di servizi e noleggio beni di Yellow Tax, il quale vieta ai contraenti il ricorso a ogni altro sistema di smistamento o ricezione delle chiamate.

20. Tra le condotte delle parti, lamentate dal denunciante, ostative allo sviluppo di ogni altro strumento di raccolta della domanda ulteriore rispetto al radiotaxi, rilevano altresì le resistenze opposte dai principali gestori di radiotaxi all'introduzione del numero unico comunale. A riprova di ciò e a titolo esemplificativo, a Milano i principali operatori di radiotaxi (Taxiblu, Yellow Tax e Autoradiotassi) hanno presentato ricorso al TAR Lombardia per l'annullamento degli atti della gara avente ad oggetto la fornitura e la gestione del software sviluppato per sostituire le colonnine.

21. Rilevano, inoltre, i comportamenti dei gestori di radiotaxi contro i tassisti che hanno aderito a Mytaxi. Ad esempio, il denunciante riferisce il "*distacco del terminale*" radiotaxi⁷ operato da una centrale radiotaxi milanese nei confronti di alcuni tassisti che si sarebbero resi responsabili di condotte che rendono impossibile la prosecuzione dell'accordo di fornitura tra le Parti, a causa del venir meno del rapporto fiduciario, avendo essi iniziato a servirsi anche del sistema di assegnazione delle corse tramite l'applicazione Mytaxi⁸.

⁶ Tale numero funziona sia attraverso il telefono che mediante l'apposita applicazione ed è basato anch'esso sulla geo-localizzazione della domanda e dell'offerta.

⁷ Si tratta del "terminale gps per l'assegnazione corse, di sorveglianza remota del taxi e, infine, per poter comunicare con la centrale operativa".

⁸ Tale condotta avrebbe dato luogo alla presentazione di ricorsi d'urgenza per la manutenzione del contratto in essere da parte dei tassisti, ricorsi conclusi mediante una transazione.

V. VALUTAZIONI

Vi Il mercato rilevante

22. Ai fini della valutazione del caso in esame, può essere individuato un mercato della fornitura di servizi di raccolta e smistamento della domanda del servizio taxi, in cui al canale c.d. “tradizionale” (posteggi e colonnine) si affiancano il radiotaxi, i numeri unici comunali e le *app* che mettono direttamente in contatto l’utenza e i tassisti (come Mytaxi). Si tratta di un mercato distinto da quello della fornitura del servizio taxi, servizio pubblico di rilevanza economica assoggettato a specifici obblighi di servizio pubblico. Sul mercato rilevante l’offerta è rappresentata dai fornitori di servizi di raccolta e smistamento corse e la domanda dai singoli tassisti che possono acquistare tali servizi da terzi o aderire ad una società che eroga questi servizi.

23. La dimensione geografica del mercato interessato è locale e corrispondente all’ambito territoriale del comune di Milano, che ha rilasciato la licenza taxi e da cui origina il traffico dei tassisti che si avvalgono dei radiotaxi delle società parti del procedimento.

24. Milano è la seconda città italiana per numero di licenze taxi, pari a 4.856, con una densità rispetto agli abitanti di 3,8 taxi⁹. Secondo i dati forniti dal segnalante, a Milano sono circa 400 i tassisti indipendenti dalle società di gestione del radiotaxi (pari all’8%); emerge dunque una prevalenza netta di tassisti che sono clienti o soci delle società di gestione dei radiotaxi (oltre il 90%).

Vii La qualificazione della fattispecie

25. Le clausole di esclusiva contenute negli atti (in particolare statuti, regolamenti, contratti) - riportati *supra* al §19 e che regolano i rapporti tra Taxiblu, Yellow Tax, Autoradiotaxi e i rispettivi clienti e/o soci, individuano specifici obblighi di non concorrenza, e costituiscono la principale espressione di condotte delle società indicate volte ad ostacolare, se non ad impedire, l’utilizzo simultaneo da parte dei singoli tassisti di vari intermediari per la fornitura di servizi di raccolta e smistamento della domanda. Ove applicati ad una percentuale maggioritaria dei tassisti in un dato ambito territoriale, questi obblighi di non concorrenza appaiono idonei ad impedire od ostacolare l’ingresso nei mercati rilevanti di nuovi operatori che offrono servizi innovativi di raccolta e smistamento della domanda senza alcuna previsione di esclusiva.

26. Con specifico riferimento alla città di Milano, le condotte poste in essere da operatori che forniscono servizi di raccolta e smistamento della domanda di taxi a circa il 90% dei tassisti, appaiono in grado di ostacolare e rallentare fortemente lo sviluppo dell’attività del nuovo operatore Mytaxi.

27. Inoltre i comportamenti individuati appaiono idonei a limitare la concorrenza tra gli stessi gestori di radiotaxi, riducendo le opportunità di scelta dei tassisti e degli stessi utenti finali (qualora si dovessero sviluppare le forme di *rating* dei servizi offerti, attualmente previste nell’offerta di Mytaxi). Ancora, tenuto conto che le tariffe comunali applicate dal servizio taxi devono essere correttamente intese come tariffe massime, non si può escludere che uno sviluppo di nuove modalità di ricerca del servizio taxi da parte dell’utenza finale possa portare ad una crescita

⁹ Taxi per 1.000 abitanti. La densità per kmq a Milano è invece di 26,7. Fonte: Autorità di regolazione dei trasporti. Secondo Rapporto annuale al Parlamento, luglio 2015.

del mercato (e/o di sue particolari nicchie) e dunque a forme di differenziazione dei prezzi per tipologia di utenze, fasce orarie, ecc.

28. In definitiva, le condotte descritte sono suscettibili di integrare una possibile violazione dell'articolo 101 del TFUE o dell'art. 2 della legge n. 287/90 e, in particolare, le clausole di esclusiva contenute negli atti (in particolare statuti, regolamenti, contratti) di Taxiblu, Yellow Tax e Autoradiotassi possono configurarsi come intese verticali tra tali piattaforme ed i singoli tassisti aderenti nel mercato geografico rilevante ed essere dunque idonee a determinare un effetto escludente cumulativo di natura anticoncorrenziale, limitando altresì la concorrenza orizzontale tra i gestori di radiotaxi.

Viii L'applicabilità del diritto dell'Unione Europea

29. Secondo il costante orientamento della giurisprudenza comunitaria un'intesa è suscettibile di pregiudicare gli scambi intracomunitari quando, sulla base di una serie di elementi oggettivi di diritto e di fatto, la stessa possa esercitare un'influenza diretta o indiretta, attuale o potenziale, sulle correnti di scambio tra Stati membri, in una misura che potrebbe nuocere alla realizzazione degli obiettivi di un mercato unico¹⁰. Le intese in esame appaiono pertanto idonee a restringere il commercio fra gli Stati membri, in violazione dell'articolo 101 del TFUE, in quanto Mytaxi appartiene a un gruppo tedesco, attivo in diversi paesi europei e le condotte in esame sono suscettibili di ostacolarne l'ingresso su mercati italiani.

RITENUTO, pertanto, che le condotte descritte e, in particolare, le clausole di esclusiva contenute negli atti che regolano i rapporti tra le società Taxiblu Consorzio Radiotaxi Satellitare Società Cooperativa in breve Taxiblu S.c., Yellow Tax Multiservice S.r.l., Autoradiotassi Società Cooperativa e i tassisti aderenti, sono suscettibili di configurare una possibile violazione dell'articolo 101 del TFUE o dell'articolo 2 della legge n. 287/90;

DELIBERA

a) l'avvio dell'istruttoria, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, nei confronti delle società Taxiblu Consorzio Radiotaxi Satellitare Società Cooperativa in breve Taxiblu S.c., Yellow Tax Multiservice S.r.l., Autoradiotassi Società Cooperativa, per accertare l'esistenza di violazioni dell'articolo 101 del TFUE o dell'articolo 2 della legge n. 287/90;

b) la fissazione del termine di giorni sessanta decorrente dalla notificazione del presente provvedimento per l'esercizio da parte dei legali rappresentanti delle parti, o di persone da essi delegate, del diritto di essere sentiti, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione "Agroalimentare e Trasporti" della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità almeno quindici giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;

c) che il responsabile del procedimento è la Dottoressa Stefania Di Girolamo;

¹⁰ Cfr. la Comunicazione della Commissione europea sulla nozione del pregiudizio al commercio fra Stati membri di cui agli articoli 81 e 82 Trattato CE (Commissione 2004/C 101/07, in GUCE C 101/81 del 27 aprile 2004); cfr. sentenza della Corte di giustizia delle Comunità europee dell'11 luglio 2005, C-42/84, Remia BV e al. c. Commissione.

d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione “Agroalimentare e Trasporti” della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità dai rappresentanti legali delle parti, nonché da persone da essi delegate;

e) che il procedimento deve concludersi entro il 31 marzo 2018.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

A490 - SOFTWARE PROCESSO CIVILE TELEMATICO*Provvedimento n. 26350*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 gennaio 2017;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287, e, in particolare, l'articolo 14-ter introdotto dalla legge 4 agosto 2006, n. 248, che ha convertito con modifiche il decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223;

VISTO l'articolo 102 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (di seguito, TFUE);

VISTO il Regolamento n. 1/2003 del Consiglio del 16 dicembre 2002, concernente l'applicazione delle regole di concorrenza di cui agli articoli 81 e 82 del Trattato CE (oggi articoli 101 e 102 del TFUE);

VISTA la propria delibera n. 26009 dell'11 maggio 2016, con la quale è stata avviata un'istruttoria ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, nei confronti di Net Service S.p.A. per accertare l'esistenza di eventuali violazioni dell'articolo 102 del TFUE nel mercato della produzione, distribuzione e vendita di *software* applicativi destinati ai professionisti del settore giustizia che operano nell'ambito del Processo Civile Telematico;

VISTA l'istanza di partecipazione al procedimento presentata, in data 26 giugno 2016, ai sensi dell'articolo 7, comma 1, lettera b), del Decreto del Presidente della Repubblica 30 aprile 1998, n. 217, da Avvocati Telematici S.r.l.s., accolta con comunicazione del 30 giugno 2016;

VISTA la propria delibera n. 23863 del 6 settembre 2012 con la quale è stata adottata la "*Comunicazione sulle procedure di applicazione dell'articolo 14-ter della legge 10 ottobre 1990, n. 287*";

VISTA la comunicazione del 13 luglio 2016, con la quale Net Service S.p.A. ha presentato una proposta preliminare di impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90;

VISTA la comunicazione del 29 luglio 2016, con la quale Net Service S.p.A. ha presentato la proposta definitiva di impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90, secondo le modalità indicate nell'apposito "*Formulario per la presentazione degli impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90*", volti a rimuovere i profili anticoncorrenziali oggetto dell'istruttoria;

VISTA la propria delibera n. 26169 del 14 settembre 2016, con la quale è stata disposta la pubblicazione, in data 19 settembre 2016, degli impegni proposti da Net Service S.p.A. sul sito internet dell'Autorità, al fine di consentire ai terzi interessati di esprimere le loro osservazioni;

VISTE le osservazioni del Ministero della Giustizia, del segnalante Associazione italiana sviluppatori e consulenti gestionali e del terzo interveniente Avvocati Telematici S.r.l.s., pervenute nell'ambito del *market test* svolto in ordine alla proposta di impegni di Net Service S.p.A.;

VISTA la replica alle osservazioni sugli impegni formulata da Net Service S.p.A.;

VISTA la propria comunicazione alla Commissione Europea, ai sensi dell'articolo 11, paragrafo 4, del Regolamento (CE) n. 1/2003;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. PREMESSA

1. In data 2 ottobre 2015 è pervenuta in Autorità una segnalazione da parte dell'Associazione italiana sviluppatori e consulenti gestionali per presunte condotte anticoncorrenziali, di abuso di posizione dominante e violazione degli obblighi di separazione societaria, poste in essere dalla società Net Service S.p.A. nella fornitura di *software* per la gestione del Processo Civile Telematico (di seguito, PCT). In data 11 maggio 2016, l'Autorità ha avviato un procedimento ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, volta ad accertare eventuali violazioni dell'articolo 102 del TFUE, in relazione ai comportamenti assunti da Net Service S.p.A. nel mercato a valle della produzione, distribuzione e vendita di *software* applicativi destinati ai professionisti del settore giustizia che operano nell'ambito del PCT, in forza della posizione dominante detenuta nel mercato a monte dei sistemi informatici di base per lo sviluppo e il funzionamento del PCT.

II. LE PARTI

2. Net Service S.p.A. (di seguito, Net Service) è una società fondata nel 1997 allo scopo di realizzare sistemi informatici dedicati alla gestione di organizzazioni complesse. Nel luglio 2004 Net Service è entrata a far parte del Gruppo Datamat e successivamente, nel 2006, del Gruppo Finmeccanica. Nel periodo di controllo da parte del Gruppo Finmeccanica, Net Service si è specializzata nella produzione di sistemi ICT dedicati al funzionamento del settore Giustizia. Dal 1° aprile 2014 Net Service, a seguito di un'operazione di *management buyout*, è ritornata a essere indipendente dal Gruppo Finmeccanica e si è trasformata in società per azioni.

3. L'Associazione italiana sviluppatori e consulenti gestionali (di seguito, Assogestionali), con sede in Santarcangelo di Romagna (RN), è un'associazione non riconosciuta cui aderisce un gruppo di società attive nella fornitura di *software* per la redazione di atti e punti di accesso per il PCT.

4. Avvocati Telematici S.r.l.s. (di seguito, Avvocati Telematici) è una società unipersonale che offre servizi informatici nell'ambito del PCT con contratti di fornitura in essere con gli Ordini di Avvocati di Catania e di Torino.

III. I MERCATI RILEVANTI E LA POSIZIONE DOMINANTE DI NET SERVICE

5. Le condotte segnalate interessano l'intera filiera del valore dei sistemi informatici per l'offerta di servizi connessi al PCT. In particolare, sotto il profilo merceologico, sono individuabili due distinti mercati: a) il mercato a monte dei sistemi informatici di base per lo sviluppo e il funzionamento del PCT; b) il mercato a valle della produzione, distribuzione e vendita di *software* applicativi destinati ai professionisti del settore giustizia che operano nell'ambito del PCT.

6. Net Service ha conseguito l'aggiudicazione delle procedure di gara svoltesi nel 2001, 2002 e 2007. La prima gara aveva ad oggetto la "*reingegnerizzazione del sistema informatizzato di gestione del diritto del lavoro e realizzazione di funzionalità aggiuntive, nonché erogazione, presso*

cinque sedi pilota, dei servizi di installazione, migrazione dei dati, assistenza all'avviamento e formazione"; Net Service se l'è aggiudicata in RTI con Datamat S.p.A. e CM sistemi S.p.A. La seconda gara aveva ad oggetto la *"realizzazione del processo telematico, servizi aggiuntivi, nonché fornitura hardware per sette sedi pilota"*; Net Service è risultata aggiudicataria in RTI con Datamat, EDS Electronic Data Systems Italia S.p.A. e Postecom S.p.A. La terza gara aveva ad oggetto la *"Fornitura di un servizio di help desk di 2° livello e manutenzione applicativa (correttiva, migliorativa, adeguativa ed evolutiva) per i sistemi dell'area civile del Ministero della Giustizia"*; Net Service è risultata aggiudicataria in RTI con Elsag Datamat S.p.A. In forza degli affidamenti ottenuti, rinnovati nel tempo e tuttora in vigore, Net Service detiene una posizione dominante sul mercato a monte.

7. Sul mercato a valle, Net Service opera in assenza di esclusive. Secondo le stime effettuate sulla base dei dati disponibili, Net Service appare essere in possesso, con riferimento all'anno 2014, di una quota superiore al 30% del mercato della produzione, distribuzione e vendita di *software* applicativi, a fronte di una pluralità di soggetti che dispongono di quote inferiori. Net Service rappresenta, dunque, il primo operatore nel mercato a valle.

8. Dal punto di vista geografico, il mercato coincide con il territorio nazionale, in quanto il PCT è disciplinato da apposita normativa nazionale che regola i rapporti con gli organi della giustizia civile nazionale.

IV. LE CONDOTTE OGGETTO DI SEGNALAZIONE

9. La posizione dominante di Net Service nel mercato a monte dei sistemi informatici di base per lo sviluppo e il funzionamento del PCT impone alla Parte la responsabilità di assumere delle condotte che non ostacolano o distorcano le scelte di offerta dei concorrenti nel mercato a valle, dove Net Service non opera in forza di affidamenti in esclusiva.

10. In tale ultimo mercato, la tempestività e la completezza con le quali un operatore riesce a mettere a punto una versione commercializzabile del *software* applicativo costituiscono un fattore cruciale di competitività. Sotto questo profilo, quindi, la piena interoperabilità deve essere assicurata in ogni momento ai fini della tutela della concorrenza nel mercato a valle, alle stesse condizioni che Net Service garantisce a se stessa. In tale contesto, secondo quanto rilevato dal segnalante, Net Service avrebbe operato al fine di assicurarsi la disponibilità degli aggiornamenti relativi alle specifiche tecniche dei sistemi per il funzionamento del PCT in anticipo rispetto al resto degli operatori presenti nel mercato a valle dei *software* applicativi. Ne conseguirebbe, dunque, un vantaggio competitivo a favore di Net Service nell'offerta di *software* gestionali nel mercato a valle.

V. GLI IMPEGNI PROPOSTI DA NET SERVICE

11. In data 29 luglio 2016, Net Service ha presentato una proposta di impegni ai sensi all'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90, in risposta alle criticità di natura concorrenziale sollevate dall'Autorità nel provvedimento di avvio.

12. La proposta presentata da NS è sintetizzabile nel seguente modo:

- **Impegno n. 1.** Net Service si impegna a realizzare una riorganizzazione aziendale che comporti una forma di separazione verticale di tipo funzionale e fisica. In particolare, Net Service sarà

suddivisa in due distinte aree aziendali: i) Net Service Area PA; ii) Net Service Area Mercato. La prima area aziendale si occuperà della realizzazione delle attività che riguardano i sistemi informatici e, più in generale, delle attività svolte da Net Service in esclusiva tramite affidamenti da parte del Ministero della Giustizia (di seguito, anche Ministero). La seconda area, invece, sarà impegnata solamente nelle attività di natura commerciale che riguardano i mercati aperti alla concorrenza (*software* gestionali per il PCT). L'Area Mercato non avrà accesso ad alcuna informazione relativa alla produzione di specifiche tecniche e *patch* fintantoché il rilascio di tali evolutive non sia comunicato al mercato dal Ministero sul Portale dei Servizi Telematici. Per ottenere informazioni e chiarimenti, Net Service Area Mercato dovrà rivolgersi al Ministero, al pari degli altri concorrenti a valle. Nel caso, invece, voglia interloquire con Net Service Area PA, potrà farlo soltanto ricorrendo al *blog* del PCT, di cui all'impegno n. 2, al pari di qualsiasi altro operatore concorrente a valle. Tale forma di separazione verticale verrà certificata dall'ente certificatore tedesco TÜV SÜD in base allo standard internazionale (ISO 27001 2013). La certificazione sarà estesa alla realizzazione di *silos*, sigillati telematicamente, distinti per l'Area PA e l'Area Mercato, che manterranno differenziati i flussi informativi. La riorganizzazione aziendale in discorso sarà attuata entro tre mesi a decorrere dalla notifica del presente provvedimento;

- **Impegno n. 2.** Net Service si impegna a creare una comunità virtuale (*blog* del PCT), nella quale tutti i soggetti che sono attivi nel PCT possono interloquire tra loro e ciascuno con Net Service Area PA; i costi di realizzazione e gestione del *blog* sono interamente a carico di Net Service. L'obiettivo è la creazione di un luogo di scambio dialettico tra tutti gli operatori che offrono servizi connessi al PCT e che hanno esigenza di interfacciarsi con i sistemi informatici sui quali Net Service detiene un affidamento in esclusiva. Net Service si impegna ad aprire delle discussioni tematiche, entro cinque giorni da ogni avviso di prossimo rilascio di specifiche tecniche impattanti sull'interoperabilità, se il lasso temporale tra la prima comunicazione al mercato e il rilascio finale supera i tre mesi; nel caso opposto, Net Service si impegna ad aprire la discussione entro due giorni. Net Service ha sottolineato che le informazioni veicolate tramite il *blog* non assumeranno alcun carattere di comunicazione istituzionale, lasciando impregiudicate le prerogative del Ministero in relazione alla comunicazione delle specifiche tecniche e alla fornitura di assistenza nei confronti dei produttori di *software*. Quanto alla tempistica, il *blog* sarebbe implementato in concomitanza con la notifica della delibera di accoglimento degli impegni;

- **Impegno n. 3.** Il terzo impegno consiste nella predisposizione di una documentazione di reportistica in ordine alle attività svolte dal *blog*, che dia evidenza delle eventuali criticità segnalate dal mercato in un'ottica di trasparenza. In particolare, Net Service intende preparare un rapporto sull'utilizzo del *blog* nel mese solare precedente, con cadenza mensile, denominato "*Richieste e segnalazioni del mercato*". Inoltre, Net Service si impegna a rendere disponibile, agli utenti registrati al *blog*, un resoconto contenente le modifiche alle specifiche tecniche suggerite alla Direzione generale per i sistemi informativi automatizzati del Ministero della Giustizia (di seguito, DGSIA). Infine, Net Service si impegna a segnalare al Ministero, entro un giorno lavorativo, le criticità emerse nel corso delle discussioni tenutesi sul *blog* del PCT. Immediatamente dopo l'avvio del *blog*, Net Service darà inizio alle attività prospettate nell'impegno n. 3.

13. Con provvedimento n. 26169 del 14 settembre 2016, l'Autorità ha disposto la pubblicazione dei suindicati impegni al fine di consentire ai terzi interessati di esprimere le loro osservazioni,

valutandoli, nel complesso, non manifestamente infondati. Il termine per fare pervenire osservazioni sugli impegni è stato fissato al 19 ottobre 2016. Entro tale data hanno espresso il proprio contributo al *market test* tre soggetti: il Ministero della Giustizia, il segnalante Assogestionali e la società Avvocati Telematici.

14. In data 18 novembre 2016, è pervenuta la replica di Net Service alle posizioni emerse nel corso del *market test* in relazione alla proposta di impegni.

VI. LE OSSERVAZIONI PERVENUTE IN MERITO AGLI IMPEGNI PRESENTATI

a) *Ministero della Giustizia*

15. In data 14 ottobre 2016, il Ministero della Giustizia ha inviato le proprie osservazioni di commento agli impegni. Nel suo contributo, il Ministero ha sollevato talune criticità in relazione agli impegni n. 2 e n. 3 presentati da Net Service. In particolare, l'impegno n. 2 contrasterebbe con le funzioni di assistenza che dovrebbero considerarsi riservate al Ministero. Inoltre, le attività di comunicazione istituzionale e di assistenza ai produttori di *software* sarebbero già presidiate dal Ministero in termini infrastrutturali, sistemistici e professionali.

16. L'attività di assistenza nei confronti delle *software house* svolta attraverso il *blog* interferirebbe con una funzione istituzionale propria. Sotto tale aspetto, il Ministero ha rimarcato che la diffusione delle informazioni in merito alla soluzione di eventuali criticità connesse al rilascio di nuove specifiche tecniche per l'interoperabilità con i sistemi informatici del PCT costituisca un compito proprio.

17. Inoltre, il Ministero ha rilevato di non potere esercitare un'attività di vigilanza sui contenuti del *blog*. L'attivazione del *blog* potrebbe ingenerare la convinzione tra gli operatori di mercato che il ricorso a tale canale di segnalazione di criticità sia alternativo a quello tradizionale e istituzionale di cui all'indirizzo di posta elettronica <info-pct@giustizia.it>. Il Ministero ha evidenziato che l'attività di assistenza istituzionale sul PCT è pienamente funzionale, aggiungendo che sarebbe in corso un potenziamento e un ammodernamento del servizio.

18. Relativamente all'impegno n. 1, il Ministero non ha formulato osservazioni di merito, limitandosi a constatare che non si tratta di attività che incidono sulle attribuzioni istituzionali.

b) *Assogestionali*

19. In data 19 ottobre 2016 è giunto il contributo al *market test* fornito dal segnalante Assogestionali, il quale ha espresso un parere sostanzialmente positivo, affermando che si tratta di una proposta non manifestamente infondata, di cui rileva l'idoneità a risolvere le conseguenze delle condotte anticoncorrenziali.

20. Il denunciante ha infatti osservato che i primi due rimedi proposti da Net Service sono “*per loro natura congruenti con uno dei rimedi strutturali proposti da Assogestionali nella propria segnalazione come astrattamente idonei a rimediare – almeno per il futuro – alle condotte anticoncorrenziali segnalate*”. Secondo il segnalante, il *blog* e la separazione verticale potrebbero assicurare, in linea di principio, la parità dell'accesso alle nuove informazioni, ossia alle informazioni sui rilasci futuri di specifiche tecniche.

21. Riguardo al terzo impegno, Assogestionali ha rilevato che esso sarebbe sostanzialmente influente rispetto all'attuale struttura concorrenziale del mercato.

22. Assogestionali ha ritenuto che gli impegni richiederebbero, comunque, delle integrazioni, al fine di superare il vantaggio competitivo di Net Service derivante dalla disponibilità delle informazioni accumulate nel tempo in relazione ai rilasci di specifiche tecniche avvenuti in passato. Sotto tale ultimo punto, l'impegno n. 2, non essendo retroattivo, non includerebbe la messa a disposizione delle informazioni sui rilasci di specifiche tecniche già realizzati. A parere di Assogestionali, se l'impegno n. 2 prevedesse anche la comunicazione delle informazioni storiche, l'impegno sarebbe pienamente idoneo a rimuovere gli ostacoli alla concorrenza oggetto del procedimento.

23. Quanto all'impegno n. 1, Assogestionali ha rilevato che in un'ottica di separazione funzionale soddisfacente sul piano della parità di trattamento, Net Service avrebbe dovuto altresì impegnarsi a utilizzare soltanto il *Model Office* pubblicamente messo a disposizione dal Ministero per le attività di implementazione delle nuove specifiche tecniche, livellandosi con il resto degli operatori a valle. Analogamente, Net Service dovrebbe impegnarsi a pubblicare le *patch*.

c) Avvocati Telematici

24. In data 20 ottobre 2016, è pervenuto il contributo al *market test* della società unipersonale Avvocati Telematici. L'operatore ha rilevato che la separazione verticale di cui all'impegno n. 1 non sarebbe sufficiente a evitare che le due aree aziendali distinte di Net Service, Area PA e Area Mercato, possano interloquire tra loro.

25. Avvocati Telematici ha inoltre evidenziato che, giacché a suo avviso lo sviluppo materiale delle specifiche tecniche potrebbe essere svolto da Net Service, il Ministero potrebbe non essere in grado di rispondere alle richieste di modifica e di chiarimenti provenienti dagli operatori del mercato a valle. La società ha anche lamentato l'assenza di trasparenza dei contratti stipulati tra Net Service e il Ministero, con ricadute sulla scarsità di trasparenza nei rilasci di specifiche tecniche a svantaggio dei concorrenti. Prima di procedere all'apertura del *blog* previsto dall'impegno n. 2, secondo Avvocati Telematici, Net Service dovrebbe informare gli operatori concorrenti a valle di quali sono le attività svolte nella preparazione delle specifiche tecniche. In aggiunta, il Moderatore del *blog* dovrebbe essere nominato dall'Autorità ed essere estraneo a Net Service per assicurare la necessaria terzietà. Le specifiche tecniche andrebbero pubblicate in prima istanza sul *blog* del PCT, anche direttamente da parte del Ministero con la collaborazione dell'Area PA di Net Service.

26. In conclusione, Avvocati Telematici ha ritenuto che gli impegni presentati non sarebbero di per sé sufficienti a scongiurare il protrarsi delle asimmetrie informative ai danni del mercato a valle. Tuttavia, l'operatore ha richiesto all'Autorità di rendere vincolanti gli impegni e, contestualmente, di accertare l'infrazione.

VII. LA REPLICA DI NET SERVICE ALLE OSSERVAZIONI SUGLI IMPEGNI

27. In data 18 novembre 2016, Net Service ha fatto pervenire il documento di replica ai contributi giunti nel corso del *market test*.

28. In ordine alla posizione espressa dal Ministero nel corso del *market test*, Net Service ha chiarito che non intende avocare a sé qualsivoglia competenza, né lasciare intendere che gli impegni siano in qualche modo volti a sopperire a presunte mancanze del Ministero stesso. Al

riguardo, la Parte ha posto in evidenza che il processo di trasmissione delle specifiche tecniche inerenti le implementazioni del PCT è rimesso inequivocabilmente alla sola DGSIA.

29. Riguardo all'impegno n. 1, Net Service ha rilevato un riscontro positivo da parte di tutti i soggetti che hanno espresso un contributo nel corso del *market test*, a eccezione di Avvocati Telematici, le cui affermazioni tuttavia, a parere della Parte, risulterebbero generiche e apodittiche quanto all'inutilità del divieto di scambio di informazioni tra le due aree aziendali.

30. In merito all'impegno n. 2, Net Service ha ritenuto positivo l'esito del *market test* da parte degli operatori concorrenti. Rispetto all'affermazione di Assogestionali secondo cui il *blog* non implicherebbe un obbligo di rispondere in modo esaustivo alle richieste degli operatori a valle, però, Net Service ha precisato che il *blog* costituisce un impegno di mezzo e non di risultato. La Parte ha riaffermato di volere essere assolutamente rispettosa delle competenze della DGSIA; la trasformazione del *blog* in un obbligo di risultato anziché in un obbligo di mezzo, potrebbe costituire un'invasione di tali competenze istituzionali.

31. In conclusione, Net Service ha richiesto all'Autorità di volere rendere obbligatoria la proposta definitiva di impegni.

VIII. VALUTAZIONI

32. La proposta di impegni depositata dalla Parte presenta caratteristiche idonee a superare le preoccupazioni concorrenziali che hanno indotto l'Autorità ad avviare il procedimento, rimuovendo i vantaggi informativi goduti da Net Service sul mercato a valle della produzione, distribuzione e vendita di *software* applicativi per il PCT, rispetto agli operatori concorrenti non presenti nel mercato a monte.

33. Un generale favore nei confronti degli impegni prospettati emerge dalla consultazione di mercato svolta. Infatti, Assogestionali ha richiesto all'Autorità di rendere vincolanti gli impegni, ritenendoli in grado di rimuovere le condizioni di vantaggio informativo di Net Service rispetto al resto degli operatori a valle. Anche Avvocati Telematici ha richiesto all'Autorità di rendere vincolanti gli impegni, pur rilevando talune criticità in relazione al possibile permanere delle lamentate asimmetrie informatiche e richiedendo un rafforzamento delle misure proposte con riferimento al rilascio delle specifiche tecniche.

34. In particolare, tutti i partecipanti al *market test* hanno espresso piena condivisione del primo dei tre impegni prospettati, consistente nella separazione delle aree aziendali di Net Service operanti a monte e a valle, in quanto ritenuto idoneo a impedire alla divisione Area Mercato di accedere in via privilegiata ai flussi informativi relativi agli aggiornamenti delle specifiche tecniche. Le criticità rilevate non appaiono tuttavia tali da inficiare la positiva valutazione degli impegni per le ragioni di seguito illustrate.

35. L'impegno n. 1 consiste infatti in un rimedio di tipo strutturale, idoneo a isolare le diverse funzioni societarie, proporzionato rispetto alle caratteristiche del mercato e alle dimensioni dell'impresa interessata.

36. La separazione verticale, così come disegnata dall'impegno n. 1, è di tipo funzionale. Le garanzie di distinzione netta tra le aree PA e Mercato saranno oggetto di una specifica certificazione internazionale (ISO 27001 2013) il cui ottenimento è essenziale, per Net Service, ai fini della possibilità di continuare a operare nei mercati connessi al PCT. Parimenti adeguata

appare la struttura tecnica di gestione dei flussi informativi aziendali della nuova Net Service in quanto prevede la creazione di *silos*, sigillati telematicamente, distinti per l'Area PA e l'Area Mercato, non dialoganti tra loro. Infine, si evidenzia che anche Net Service Area Mercato potrà interagire con Net Service Area PA soltanto attraverso il *blog*, al pari di un qualsiasi altro operatore a valle, con il conseguente superamento del vantaggio informativo di NS rispetto alle evoluzioni dei sistemi informatici del PCT.

37. Una valutazione positiva deve essere riservata anche al secondo impegno, di natura comportamentale. Esso prevede l'apertura di un *blog* che consentirà di scambiare riflessioni e informazioni sulle problematiche che emergeranno in relazione al rilascio di nuove specifiche tecniche. Tale impegno risulta complementare al primo in quanto consente un rapido confronto con i concorrenti in merito alle problematiche tecniche rilevate in sede di rilascio delle specifiche. In quanto tale, l'impegno in questione appare idoneo ad assicurare l'instaurarsi di un *level playing field* nel confronto concorrenziale nella vendita di *software* applicativi sul mercato a valle.

38. Al riguardo, si evidenzia che il *blog* gestito da Net Service Area PA, non avrà, né potrà avere, alcuna funzione di rilievo istituzionale, salvaguardando pienamente, anche nel rispetto di quanto rilevato dal Ministero nel suo contributo al *market test*, le attribuzioni istituzionali in termini di rilascio delle specifiche tecniche e di assistenza agli operatori a valle tramite l'indirizzo di posta elettronica istituzionale <info-pct@giustizia.it>. D'altra parte, nell'espone gli impegni e nel fornire replica al *market test*, Net Service ha sempre assicurato di non volersi sovrapporre al Ministero nell'attività di assistenza. Semmai, il *blog* potrà essere un luogo in cui, stante anche la separazione funzionale di Net Service, tutti coloro che operano nel mercato a valle dei *software* gestionali per il PCT, ivi inclusa Net Service Area Mercato, potranno aprire discussioni su richieste che attengano a criticità derivanti dall'aggiornamento delle specifiche tecniche e relative al funzionamento dei sistemi informatici del PCT. Il confronto potrà avvenire in piena trasparenza, consentendone un controllo diffuso, anche da parte del Ministero, e sarà moderato sotto la responsabilità dell'Area PA, escludendo qualsiasi carattere di formalità istituzionale delle informazioni veicolate da Net Service.

39. Anche il terzo impegno, attraverso il quale Net Service intende attivarsi per segnalare al Ministero le criticità rilevate mediante dei documenti di reportistica, appare coerente con le esigenze manifestate dal mercato di aumentare il grado di trasparenza delle informazioni disponibili ai concorrenti e contribuire a conferire una maggiore efficacia alla competizione che si svolge nei mercati della produzione, distribuzione e vendita di *software* applicativi del PCT.

40. Anche a tal riguardo, come precisato da Net Service nella sua replica alle osservazioni del *market test*, la reportistica che la Parte produrrà in ossequio all'impegno n. 3 non avrà alcuna connotazione istituzionale.

41. Infine, si rileva che gli impegni presentati da Net Service lasciano impregiudicate le competenze istituzionali del Ministero in termini di comunicazione delle specifiche tecniche e di assistenza. Nella fase temporale che intercorre tra l'annuncio sul portale dei servizi informatici del Ministero del prossimo rilascio di specifiche tecniche e l'entrata in produzione e anche successivamente, infatti, gli operatori del mercato a valle potranno continuare a rivolgersi all'indirizzo <info-pct@giustizia.it> gestito dal Ministero, al fine di ottenere informazioni e chiarimenti e, anzi, dovranno riferirsi unicamente a tale canale nel caso vogliano ottenere delle informazioni istituzionali.

42. Le competenze istituzionali riservate al Ministero e l'esigenza di vederle rispettate nell'implementazione degli impegni in parola consente di ritenere infondate le preoccupazioni sollevate da Avvocati Telematici con riferimento allo sviluppo delle specifiche tecniche. Tale attività, come precisato, è e rimarrà riconducibile esclusivamente al Ministero e, pertanto, non sarà interessata dall'attività svolta da Net Service nell'attuazione degli impegni.

43. In conclusione, il pacchetto degli impegni presentato da Net Service appare idoneo, nel suo complesso, a superare le preoccupazioni concorrenziali emerse nel corso del procedimento. In particolare, la separazione funzionale proposta da Net Service (impegno n. 1) appare idonea a escludere che quest'ultima possa estendere sul mercato a valle il potere monopolistico di cui dispone sul mercato a monte. Inoltre, il *blog* del PCT (impegno n. 2) appare idoneo a facilitare il confronto tra gli operatori che sviluppano *software* gestionali e il soggetto che opera sul mercato dei sistemi informatici di base per lo sviluppo e il funzionamento del PCT. Unitamente all'impegno di separazione verticale, il *blog* potrà operare un livellamento degli insiemi informativi a disposizione delle imprese attive nel mercato a valle in ordine alle questioni impattanti sull'interoperabilità dei *software* gestionali. Infine, l'attività di reportistica (impegno n. 3) appare idonea ad assicurare un maggiore grado di trasparenza del confronto tra gli operatori.

44. Quanto al periodo di implementazione (tre mesi dall'approvazione da parte dell'Autorità), esso appare coerente con la tempistica necessaria all'attuazione delle iniziative proposte.

45. La durata degli impegni, legata alla durata dell'affidamento di Net Service nel mercato a monte, è anch'essa coerente con le preoccupazioni concorrenziali manifestate in sede di avvio del presente procedimento. Nel caso in cui non avesse più un affidamento in esclusiva, venendo meno il presupposto della sussistenza di una posizione dominante nel mercato a monte, Net Service non sarebbe in grado di porre in essere comportamenti escludenti nei confronti dei concorrenti sul mercato a valle.

IX. CONCLUSIONI

46. Sulla base degli elementi suesposti e delle considerazioni svolte, si ritiene che gli impegni presentati da Net Service appaiono idonei a porre rimedio alle preoccupazioni concorrenziali sollevate dall'Autorità in sede di avvio del presente procedimento istruttorio, nella misura in cui essi si prestano a risolvere le criticità connesse al vantaggio informativo a favore di Net Service dovuto alla posizione dominante detenuta nel mercato a monte dei sistemi informatici di base per lo sviluppo e il funzionamento del PCT.

47. Gli impegni consentiranno un aumento del grado di trasparenza delle informazioni sui rilasci delle specifiche tecniche, facilitando le attività di adeguamento che i produttori di *software* alternativi a Net Service devono svolgere per preservare l'interoperabilità dei propri applicativi con i sistemi informatici del PCT.

48. L'Autorità vigilerà sull'esecuzione degli impegni e si riserva ogni ulteriore intervento futuro laddove dovessero essere individuati eventuali profili rilevanti ai sensi della legge n. 287/90.

RITENUTO, quindi, che gli impegni presentati da Net Service S.p.A. risultano idonei a far venire meno i profili anticoncorrenziali oggetto dell'istruttoria;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà degli impegni presentati da Net Service S.p.A. ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90;

tutto ciò premesso e considerato:

DELIBERA

- a) di rendere obbligatori per Net Service S.p.A. gli impegni presentati, ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90, nei termini sopra descritti e allegati al presente provvedimento di cui formano parte integrante;
- b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi del medesimo articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90;
- c) che la società Net Service S.p.A. presenti all'Autorità, entro centottanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, una prima relazione sullo stato di attuazione degli impegni assunti, corredata da ogni relativa necessaria documentazione;
- d) che la società Net Service S.p.A. presenti all'Autorità, entro trecentosessanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, una seconda relazione sullo stato di attuazione degli impegni assunti, corredata da ogni relativa necessaria documentazione;
- e) che la società Net Service S.p.A. presenti all'Autorità, entro il 31 dicembre 2018 una terza relazione e, successivamente, entro il 31 dicembre 2019, un'ultima relazione sull'attuazione degli impegni assunti, corredate da ogni relativa necessaria documentazione.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chiappa

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C12073 - POSTE ITALIANE-FSII INVESTIMENTI-F2I RETI LOGICHE/SIA

Provvedimento n. 26331

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'11 gennaio 2017;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione delle società Poste Italiane S.p.A., F2i Reti Logiche S.r.l. e FSIA Investimenti S.r.l., pervenuta in data 18 novembre 2016 e integrata in data 21 novembre 2016;

VISTA la richiesta di informazioni, inviata in data 9 dicembre 2016, con conseguente interruzione dei termini ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTE le informazioni aggiuntive delle società Poste Italiane S.p.A., F2i Reti Logiche S.r.l. e FSII Investimenti S.r.l. pervenute in data 20 dicembre 2016;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Poste Italiane S.p.A. (di seguito, "Poste") è la società capogruppo dell'omonimo Gruppo Poste Italiane, incaricato del servizio postale universale in Italia, nonché attivo nell'offerta di prodotti e servizi integrati di comunicazione, logistici, finanziari e assicurativi.

Poste è controllata dal Ministero dell'Economia e delle Finanze (di seguito, anche "MEF") che detiene, direttamente, una quota del 29,696% del suo capitale sociale e, indirettamente, tramite Cassa Depositi e Prestiti - CDP, una quota pari al 35% del suo capitale sociale. In particolare, la partecipazione di CDP nel capitale di Poste rientra nella c.d. 'gestione separata', con la conseguenza che tale partecipazione è, di fatto, soggetta al controllo del MEF. Tale conclusione discende dal combinato disposto dei commi 9 e 11 dell'art. 5 del D.L. n. 269/03, i quali dispongono che *"al MEF spetti il potere di indirizzo della gestione separata"* e che il MEF determini con proprio decreto i criteri di gestione di tali partecipazioni. Il relativo D.M., adottato in data 18 giugno 2014, stabilisce che *"fermo restando il potere di indirizzo sulla gestione separata, riservato al MEF (...), la CDP è tenuta a consultare preventivamente il Ministero in merito ad operazioni di gestione non ricomprese in quelle di cui al comma successivo [i.e. atti di disposizione e/o di trasferimento aventi ad oggetto le Partecipazioni Trasferite ed i relativi diritti di voto] e ad attenersi alle indicazioni motivate dello stesso, ove difforni dalla proposta formulata"*¹.

¹ In quest'ottica, la Commissione Europea, pronunciandosi in merito alla partecipazione in ENI assegnata alla gestione separata di CDP, ha affermato che "il MEF può esercitare un'influenza diretta su tali attività. (...) Si può quindi ritenere che tale quota è gestita come se fosse una partecipazione detenuta direttamente dal MEF e attribuita a CDP a fini meramente amministrativo contabili" (cfr. decisione della Commissione europea del 29.9.2010, caso COMP 39.315, ENI).

Nel 2015, il Gruppo Poste ha realizzato un fatturato pari a circa 30 miliardi di euro, prevalentemente realizzati in Italia.

F2i Reti Logiche S.r.l. (di seguito, "F2i Reti") è una società che svolge attività di assunzione e gestione di partecipazioni in imprese che operano nel settore della realizzazione e gestione di sistemi informativi e telematici, nonché di supporti e banche dati di interesse dei sistemi creditizi e finanziari per l'esecuzione delle operazioni interbancarie. F2i Reti è controllata da F2i – Secondo Fondo Italiano per le Infrastrutture, fondo a sua volta gestito da F2i SGR S.p.A., società di gestione del risparmio attiva nella gestione di due fondi mobiliari di tipo chiuso, entrambi riservati e aventi la finalità di effettuare investimenti in cespiti infrastrutturali in Italia. Il capitale sociale di F2i SGR è ripartito tra 17 soci, nessuno dei quali, in assenza di patti di sindacato di voto, è in grado di esercitare il controllo sulla società².

Nel 2015, il Gruppo F2i ha realizzato un fatturato pari a circa [700-1.000] * milioni di euro, quasi interamente realizzati in Italia.

FSII Investimenti S.p.A. (di seguito, "FSII") è una *holding* di partecipazioni controllata da CDP Equity S.p.A., società a sua volta controllata da CDP, che ha come obiettivo la valorizzazione delle partecipazioni detenute in portafoglio. Il capitale sociale di CDP è attualmente detenuto per l'80,1% dal Ministero dell'Economia e delle Finanze e per la restante parte da fondazioni di origine bancaria. Diversamente dalla quota che CDP detiene in Poste, la partecipazione di CDP al capitale di FSII è soggetta ai soli poteri di indirizzo del Ministero dell'Economia e delle Finanze, quali previsti dal D.L. n. 269/2003 e non a poteri di controllo. FSII svolge la propria attività mediante la società veicolo FSIA Investimenti S.r.l. (di seguito, "FSIA").

Nel 2015, il Gruppo CDP ha realizzato un fatturato pari a circa 26 miliardi di euro, di cui circa [10-20] miliardi di euro realizzati in Italia.

SIA S.p.A. (di seguito, "SIA") è una società attiva nell'offerta di un'ampia gamma di servizi di progettazione, realizzazione e gestione di infrastrutture dedicati alle Istituzioni Finanziarie e Centrali, alle Imprese e alle Pubbliche Amministrazioni, nonché di servizi di rete e per i mercati dei capitali, nelle aree dei pagamenti e della monetica. SIA è attualmente controllata congiuntamente da F2i Reti e da CDP, per il tramite di FSI e, dunque, di FSIA.

Nel 2015, SIA ha realizzato un fatturato pari a circa [100-495] milioni di euro a livello mondiale, di cui circa [100-495] milioni di euro in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

La presente operazione ha ad oggetto l'acquisizione da parte di Poste del 30% del capitale sociale di FSIA, società veicolo, controllata da CDP, per il tramite di FSII, che detiene una partecipazione del 49,5% in SIA.

² Cfr., da ultimo, provv. n. 25987, C12041 - CIR-F2I/KOS.

* Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

In considerazione del Patto Parasociale sottoscritto tra Poste e FSII relativo al controllo di FSIA ed ai poteri di Poste in merito alla partecipazione detenuta da FSIA in SIA (di seguito, "Patto Parasociale 2016"), nonché in considerazione del Patto Parasociale concluso nel 2013 tra Fondo Strategico Italiano S.p.A., F2i Reti e Orizzonte SGR S.p.A. avente ad oggetto la gestione di SIA (di seguito, "Patto Parasociale 2013"), l'acquisizione da parte di Poste del 30% del capitale sociale di FSIA comporterà l'acquisizione del controllo congiunto di SIA, ad opera di Poste insieme con F2i Reti e CDP (per il tramite di FSII).

Ciò in quanto il Patto Parasociale 2016, per quel che rileva in questa sede, prevede, tra le altre cose, che FSIA sarà amministrata da un Consiglio di Amministrazione composto da tre amministratori, dei quali due nominati da FSII (e, dunque, da CDP) e uno nominato da Poste. In linea generale, le riunioni del CdA saranno valide con la presenza della maggioranza dei consiglieri in carica e le delibere saranno assunte con il voto favorevole della maggioranza dei consiglieri presenti; tuttavia, sono previsti diritti di veto a favore di Poste in merito ad alcune decisioni rilevanti, tra cui l'approvazione e/o modifica dei *budget* annuali. Trattasi di diritti che, sotto il profilo antitrust, appaiono idonei a determinare l'acquisizione del controllo congiunto da parte di Poste, con CDP (per il tramite di FSII), su FSIA.

Per quel che concerne, invece, la gestione di SIA, quest'ultima, come anticipato, è attualmente controllata congiuntamente da F2i Reti e da FSII (e, dunque, CDP), per il tramite di FSIA, in ragione di un Patto Parasociale sottoscritto nel 2013. A tale riguardo, il Patto Parasociale 2016 prevede che Poste designi due degli undici amministratori che siedono nel Consiglio di Amministrazione di SIA e prevede, altresì, diritti di veto a favore di Poste sulle decisioni inerenti al piano industriale ed il *budget* di SIA.

Dall'insieme di tali disposizioni discende che SIA, a seguito dell'operazione, sarà controllata congiuntamente da CDP (per il tramite di FSII), Poste e F2i Reti Logiche.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

La presente operazione, in quanto comporta l'acquisizione del controllo congiunto di società, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della stessa legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 495 milioni di euro e il fatturato della società di cui è prevista l'acquisizione è superiore a 50 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONI

Ai fini della presente operazione rileva il settore dei servizi strumentali all'attività bancaria nell'ambito del sistema dei servizi di pagamento, in cui opera la *target* e, in particolare, rilevano i servizi di compensazione al dettaglio dei pagamenti *retail* nazionali (c.d. servizi di *Automated Clearing House*) e i servizi di *processing* delle carte di debito e di credito. In via residuale, SIA offre altresì servizi di progettazione e realizzazione di infrastrutture tecnologiche per pagamenti su canali virtuali, servizi di incasso e pagamento di bollettini postali, di ricarica di carte prepagate e di

titoli di viaggio in modalità multicanale, servizi di gestione del traffico dati tra i *merchant* e la società di gestione del POS per conto dell'acquirer e servizi di progettazione e produzione di buoni sconto digitali.

Con riguardo ai servizi di compensazione al dettaglio dei pagamenti *retail* nazionali, essi comprendono la gestione dello scambio di informazioni contabili e finanziarie tra istituti di credito volto al regolamento contabile delle singole operazioni, attraverso funzioni tipiche quali la ricezione dei dati relativi ai pagamenti, il controllo dei formati e la verifica dei dati sostanziali, il *routing* delle informazioni ai soggetti coinvolti e il calcolo centralizzato degli oneri bancari. Come rilevato dall'Autorità nei suoi precedenti³, le dinamiche relative all'offerta di tali servizi hanno subito un mutamento importante a seguito dell'introduzione della SEPA, area unica dei pagamenti europei⁴, che ha determinato la standardizzazione e la conseguenziale interoperabilità tra i sistemi di pagamento dei differenti Paesi che vi aderiscono e ha permesso alle *clearing house* attive a livello europeo di erogare i propri servizi per i pagamenti SEPA a favore di tutte le banche dell'area SEPA, anche nell'ipotesi di pagamenti 'nazionali', vale a dire tra istituti di credito dello stesso Stato. Attualmente sono esclusi dalla SEPA unicamente i pagamenti attraverso MAV, RAV, Ri.Ba. e assegni con esito elettronico - *check truncation* che costituiscono, tuttavia, una parte residuale dell'insieme dei pagamenti nazionali (cd. 'prodotti non SEPA').

In considerazione dell'introduzione degli standard SEPA, sotto il profilo geografico, i servizi di *clearing* dei pagamenti *retail* nazionali, ad eccezione dei 'pagamenti non SEPA', hanno rilevanza europea.

Nell'offerta dei servizi di *clearing* dei cd. 'pagamenti SEPA' la quota di SIA, in base alle stime fornite dalle Parti, è inferiore all'1% mentre con riguardo ai cd. 'pagamenti non SEPA' la quota di SIA è pari a circa il [45-50%]. Tali servizi non sono offerti da alcuna delle società acquirenti.

Per quel che concerne, invece, l'attività di *processing* nell'ambito delle transazioni con carte di pagamento, essa consiste in una serie di operazioni che il *processor* compie a vantaggio delle banche o di altre società che emettono carte di pagamento (*issuing processing*) o che convenzionano gli esercenti (*acquiring processing*). Nell'ambito dell'*issuing processing* rientrano, tra l'altro, la produzione e spedizione delle carte di pagamento, nonché la gestione dei dati, delle autorizzazioni e delle posizioni contabili dei titolari, oltre alla gestione del blocco carte e dei parametri di sicurezza; nell'*acquiring processing* rientrano, tra l'altro, l'acquisizione e gestione dei contratti con gli esercenti, la gestione dei POS, delle transazioni, del *clearing* e del *settlement*, oltre che la produzione e spedizione dell'estratto conto esercenti e addebito delle commissioni. Di regola, le attività di *issuing* e *acquiring processing* sono affidate in *outsourcing* a società terze,

³ Cfr. provv. n. 25511, C8190B - Società per i Servizi Bancari – SSB/Società Interbancaria per l'Automazione – CEDBORSA.

⁴ La SEPA è stata introdotta attraverso un insieme di norme quali il Regolamento (CE) n. 2560/2001 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 19 dicembre 2001 relativo ai pagamenti transfrontalieri in euro, la Direttiva 2007/64/CE del Parlamento Europeo e del Consiglio del 13 novembre 2007 relativa ai servizi di pagamento nel mercato interno, recante modifica delle direttive 97/7/CE, 2002/65/CE, 2005/60/CE e 2006/48/CE, che abroga la direttiva 97/5/CE, il Regolamento (CE) n. 924/2009 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 16 settembre 2009, relativo ai pagamenti transfrontalieri nella Comunità, il Regolamento (UE) n. 260/2012 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 14 marzo 2012 che stabilisce i requisiti tecnici e commerciali per i bonifici e gli addebiti diretti in euro e che modifica il regolamento (CE) n. 924/2009 e il Regolamento (UE) n. 248/2014 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 26 febbraio 2014 che modifica il regolamento (UE) n. 260/2012 per quanto riguarda la migrazione ai bonifici e agli addebiti diretti a livello di Unione. L'armonizzazione realizzata dalla SEPA coinvolge lo Spazio Economico Europeo e cioè i 28 Paesi dell'UE, Islanda, Liechtenstein, Monaco, San Marino e Svizzera.

spesso di origine bancaria, anche se, soprattutto all'estero, è sempre più frequente l'offerta di tali servizi da parte di società di *information technology*.

Alla luce delle regole di funzionamento stabilite dal Consorzio BANCORMAT (*ex* convenzione COGEBAN) e secondo quanto previsto dalla convenzione SITRAD, i servizi di *processing* delle carte di debito nazionali (Bancomat e PagoBANCORMAT) possono essere offerti esclusivamente dai tre centri applicativi autorizzati, ovvero attualmente SIA, ICBPI e ICCREA, laddove per le carte di pagamento internazionali (debito e credito) il servizio di *processing*, anche nel caso delle banche italiane, è svolto, oltre che dai summenzionati centri applicativi, dalle stesse banche in regime di autoproduzione oppure affidato a società di *information technology*. Pertanto, il mercato del *processing* delle carte di debito nazionali (Bancomat e PagoBANCORMAT) appare allo stato distinto rispetto al mercato del *processing* delle carte internazionali⁵. Quest'ultimo potrebbe essere ulteriormente segmentato a seconda che il *processing* riguardi le carte di debito o di credito; ciò, tuttavia, non appare necessario ai fini della valutazione della presente operazione.

Dal punto di vista geografico, nonostante negli ultimi anni siano intervenute alcune modifiche normative, tra cui il c.d. Regolamento MIF⁶, che appaiono deporre nel senso di una omogeneizzazione ed estensione dell'area di operatività oltre i confini nazionali, tuttavia, sulla base dei precedenti dell'Autorità, nel caso di specie si ritiene di confermare la dimensione nazionale del mercato geografico⁸.

Nel mercato del *processing* delle carte di debito nazionali, sulla base dei dati forniti dalle Parti, SIA detiene una quota di mercato pari a circa il [45-50%] mentre nel mercato del *processing* delle carte internazionali la quota di SIA è pari a circa il [50-55%]. In tali mercati non opera alcuna delle società acquirenti.

Ciò detto, l'operazione in esame non appare idonea a modificare le dinamiche concorrenziali nel settore dei servizi strumentali all'attività bancaria nell'ambito del sistema dei servizi di pagamento, in cui opera SIA.

In proposito, infatti, si osserva che l'operazione non determina sovrapposizioni orizzontali nelle attività svolte dalle società interessate atteso che, come anticipato, nessuna delle società acquirenti il controllo congiunto di SIA è attiva nella fornitura dei servizi offerti da quest'ultima.

Né l'operazione appare idonea a sollevare criticità di natura verticale considerato che SIA è già fornitore dei servizi di *processing* a favore del Gruppo Poste; mentre, con riguardo ai servizi di *clearing*, la quota di mercato di SIA risulta, come visto, inferiore all'1%.

La presente operazione, pertanto, non appare idonea ad alterare le dinamiche competitive esistenti nei settori in esame.

RITENUTO, pertanto, che l'Operazione non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

⁵ Cfr. provv. n. 16641, C8190 - Società per i Servizi Bancari – SSB/Società Interbancaria per l'Automazione – CEDBORSA.

⁶ Cfr. Regolamento (UE) 2015/751 del Parlamento e del Consiglio del 29 aprile 2015 relativo alle commissioni interbancarie sulle operazioni di pagamento basate su carta.

⁸ Cfr. provv. n. 21791, C10794 - Equens/Equens Italia, provv. n. 25511, C8190B - Società per i Servizi Bancari – SSB/Società Interbancaria per l'Automazione – CEDBORSA, e, da ultimo, provv. n. 26313, C12072 - Sia/P4cards – Pforcards.

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate ed al Ministero dello Sviluppo Economico.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

C12078 - PETROLIFERA ADRIATICA/RAMO DI AZIENDA DI ESSO ITALIANA*Provvedimento n. 26332*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'11 gennaio 2017;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Petrolifera Adriatica S.p.A., pervenuta il 13 dicembre 2016;

VISTI la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Petrolifera Adriatica S.p.A. (di seguito, Petrolifera Adriatica) è una società attiva nella commercializzazione e nella distribuzione all'ingrosso di carburanti liquidi e gassosi e di prodotti affini, nonché nella realizzazione, compravendita e gestione di impianti stradali per la distribuzione dei medesimi prodotti. In particolare, essa possiede circa duecento impianti di distribuzione, localizzati in Abruzzo, Marche, Sardegna, Lazio, Molise e Umbria, gran parte dei quali affidati in comodato a terzi (gestori); la società gestisce direttamente poco meno di trenta impianti.

Petrolifera Adriatica è soggetta a controllo congiunto di Goldengas S.p.A. (di seguito, Goldengas) e Brixia Finanziaria S.r.l. (di seguito, Brixia), ciascuna delle quali detiene il 50% del capitale sociale.

Petrolifera Adriatica ha realizzato, nel 2015, un fatturato pari a circa 17 milioni di euro.

Goldengas ha realizzato, nello stesso anno, un fatturato di circa 74 milioni di euro, mentre Brixia, includendo le proprie controllate Retitalia S.p.A. e Liquigas S.p.A., ha realizzato un fatturato totale superiore a 480 milioni di euro.

2. Oggetto di acquisizione è il ramo d'azienda di Esso Italiana S.r.l. (di seguito, Esso) costituito da 135 impianti di distribuzione carburanti e commercializzazione lubrificanti, situati in Toscana e segnatamente nelle province di Arezzo, Firenze, Grosseto, Livorno, Lucca, Massa Carrara, Pisa, Prato, Pistoia e Siena.

Il fatturato attribuibile a tale ramo d'azienda ammonta per l'anno 2014, ultimo anno per il quale tale dato è disponibile, a circa 156 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. La comunicazione in esame riguarda l'acquisizione da parte di Petrolifera Adriatica del ramo di azienda di Esso consistente in 135 impianti di distribuzione di carburanti e commercializzazione di lubrificanti situati in Toscana e segnatamente nelle province di Arezzo, Firenze, Grosseto, Livorno, Lucca, Massa Carrara, Pisa, Prato, Pistoia e Siena.

L'operazione è sospensivamente condizionata alla stipula di un contratto decennale denominato di *Branded Wholesale* (di seguito, BW) che, tra le sue pattuizioni (tra cui la concessione a Petrolifera

Adriatica di una licenza di marchio non esclusiva e non trasferibile da parte di Esso), include degli obblighi di acquisto dei prodotti Esso da parte di Petrolifera Adriatica per gli impianti oggetto di cessione. Tali obblighi di acquisto hanno carattere esclusivo nei primi cinque anni di durata del contratto, per poi ridursi, nei successivi cinque anni, a una percentuale non superiore al 75% del volume degli acquisti complessivi effettuati dall'acquirente nell'anno precedente all'anno in essere, all'interno del mercato geografico di riferimento^{*1}.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

4. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parte di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1 lettera b), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90 non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 495 milioni di euro e in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dal ramo d'azienda del quale è prevista l'acquisizione è stato superiore a 50 milioni di euro.

5. Con riferimento alle pattuizioni tra Esso e Petrolifera Adriatica incluse nel contratto di BW si rileva che esse, per il loro specifico contenuto, non possono configurarsi come accessorie alla operazione di concentrazione comunicata².

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I mercati rilevanti e gli effetti dell'operazione

6. In ragione dell'operatività del ramo d'azienda oggetto di acquisizione, l'operazione in esame interessa il settore della distribuzione su rete stradale di carburanti per uso autotrazione e lubrificanti.

Il mercato della distribuzione su strada di carburanti per autotrazione e di lubrificanti

7. Il mercato del prodotto interessato dall'operazione è, in base alla prassi dell'Autorità, definito come il mercato della distribuzione su rete stradale ordinaria di carburanti per uso autotrazione e della commercializzazione in rete di lubrificanti³.

8. Per quel che riguarda l'estensione geografica del mercato, l'Autorità ha ritenuto che, in base alle caratteristiche della domanda e dell'offerta, il mercato in questione abbia dimensione locale,

* Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

¹ [Omissis].

² Cfr. Commissione Europea, Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (2005/C 56/03). [Omissis].

³ Cfr. C10993 – Esso Italiana/Impianto di distribuzione carburanti di Co.Mev., 6 aprile 2011, in Boll. 14/2011, C11720 – Reteitalia/Impianti di distribuzione carburanti di Esso Italiana, 8 agosto 2012, in Boll. 32/2012, C12053 – Reteitalia/Ramo di azienda di Esso Italiana, 21 giugno 2016, in Boll. 24/2016 e C12060 – Petrolifera Adriatica/Ramo d'azienda di Esso Italiana, 27 luglio 2016, in Boll. 29/2016.

tendenzialmente coincidente con il territorio della Provincia in cui è situato l'impianto oggetto di acquisizione.

Effetti dell'operazione nel mercato della distribuzione su strada di carburanti per autotrazione e di lubrificanti

9. Gli impianti di distribuzione oggetto di cessione sono situati in Toscana e segnatamente nelle province di Arezzo, Firenze, Grosseto, Livorno, Lucca, Massa Carrara, Pisa, Prato, Pistoia e Siena. Rispetto ai mercati locali così individuati, le Parti hanno reso noto che né Petrolifera Adriatica, né Brixia detengono alcun impianto nelle suddette province, né in proprietà, né in convenzione.

Goldengas, invece, non detiene alcun impianto nelle province di Livorno, Massa Carrara, Prato e Pistoia, ma detiene alcuni impianti (di proprietà o convenzionati) nelle province di Arezzo, Firenze, Grosseto, Lucca, Pisa e Siena. Pertanto, l'operazione determina delle sovrapposizioni orizzontali soltanto in queste ultime province.

10. Le Parti hanno pertanto provveduto a effettuare, per le province di Arezzo, Firenze, Grosseto, Lucca, Pisa e Siena, una stima delle quote di mercato a esse attribuibili in termini di numero di siti e di volumi di carburante erogato, non avendo disponibilità del dato relativo al valore complessivo delle vendite in tali mercati geografici.

Le quote di mercato così ottenute sono indicate nelle tabelle che seguono (cfr. da Tabella 1 a Tabella 6)⁴.

Tabella 1: Provincia di Arezzo (anno 2014)

	Quote di mercato (siti)	Quote di mercato (volumi erogati)
Goldengas	[inferiore all'1]%	[inferiore all'1]%
R.a. Esso	[10-15]%	[25-30]%
Quota congiunta (post-merger)	[10-15]%	[25-30]%

Tabella 2: Provincia di Firenze (anno 2014)

	Quote di mercato (siti)	Quote di mercato (volumi erogati)
Goldengas	[inferiore all'1]%	[inferiore all'1]%
R.a. Esso	[10-15]%	[15-20]%
Quota congiunta (post-merger)	[10-15]%	[15-20]%

⁴ Nelle tabelle riportanti le stime delle quote di mercato, per la Parte acquirente viene indicata la sola Goldengas, in quanto né Petrolifera Adriatica né Brixia detengono alcun impianto nelle province interessate dall'operazione.

Tabella 3: Provincia di Grosseto (anno 2014)

	Quote di mercato (siti)	Quote di mercato (volumi erogati)
Goldengas	[inferiore all'1]%	[1-5]%
R.a. Esso	[10-15]%	[20-25]%
Quota congiunta (post-merger)	[10-15]%	[25-30]%

Tabella 4: Provincia di Lucca (anno 2014)

	Quote di mercato (siti)	Quote di mercato (volumi erogati)
Goldengas	[inferiore all'1]%	[inferiore all'1]%
R.a. Esso	[5-10]%	[5-10]%
Quota congiunta (post-merger)	[5-10]%	[5-10]%

Tabella 5: Provincia di Pisa (anno 2014)

	Quote di mercato (siti)	Quote di mercato (volumi erogati)
Goldengas	[1-5]%	[inferiore all'1]%
R.a. Esso	[5-10]%	[5-10]%
Quota congiunta (post-merger)	[5-10]%	[5-10]%

Tabella 6: Provincia di Siena (anno 2014)

	Quote di mercato (siti)	Quote di mercato (volumi erogati)
Goldengas	[1-5]%	[inferiore all'1]%
R.a. Esso	[10-15]%	[10-15]%
Quota congiunta (post-merger)	[10-15]%	[10-15]%

11. In ciascuna delle province considerate, a seguito dell'operazione, le Parti arriverebbero a detenere congiuntamente una quota di mercato in ogni caso ben inferiore al 20%, con l'eccezione delle province di Arezzo e Grosseto nelle quali la quota di mercato congiunta calcolata in base ai volumi erogati supera il 25%.

12. In tali province, tuttavia, la quota di mercato congiunta risulta in ogni caso sensibilmente inferiore al 30% ed essa è comunque attribuibile, in massima parte, ai punti vendita acquisiti e risulta incrementata in misura del tutto marginale dall'operazione in esame per via della sovrapposizione con la Parte acquirente.

13. Infine, va rilevato che in ciascuna delle province in esame le Parti si confronteranno con concorrenti qualificati, tra cui Eni, API-IP, Q8-KRI e Total-ERG. In tutte le province in esame vi è almeno uno di tali operatori la cui quota di mercato stimata risulta simile o, nella maggior parte dei

casi, superiore a quella che le Parti verrebbero a detenere nell'area considerata in conseguenza della concentrazione⁵. Pertanto, l'operazione non sembra comportare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante in nessuna delle province interessate da sovrapposizioni orizzontali.

14. Va infine considerato che l'operazione determina un processo di disintegrazione verticale in quanto gli impianti oggetto di acquisizione vengono acquisiti da un soggetto operante nel solo settore della distribuzione (Petroliera Adriatica), in sostituzione di Esso (che, come noto, è invece un soggetto verticalmente integrato nella raffinazione e nella logistica petrolifera). Tale fenomeno tende, *ceteris paribus*, ad accrescere la concorrenzialità presente nei mercati locali considerati, in particolare dopo la scadenza dei primi 5 anni del citato contratto di BW.

15. Alla luce delle considerazioni che precedono, la concentrazione in esame non appare idonea a determinare la costituzione di una posizione dominante nei mercati rilevanti della distribuzione su rete stradale ordinaria di carburanti per uso autotrazione e della commercializzazione in rete di lubrificanti o a modificarne in misura significativa le condizioni di concorrenza.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non comporta, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

RITENUTO, altresì, che le pattuizioni tra Esso e Petroliera Adriatica incluse nel contratto di BW⁷ non possono considerarsi accessorie alla presente operazione e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, i suddetti patti;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento sarà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

⁵ Le quote di mercato dei concorrenti sono state stimate soltanto in base al numero di siti presenti nelle aree considerate, in quanto le Parti non dispongono del dato relativo ai volumi erogati da tali siti.

⁷ E in particolare quelle in materia di *[omissis]*.

C12081 - AXA INFRASTRUCTURE HOLDING/TRE SOLAR

Provvedimento n. 26333

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'11 gennaio 2017;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Axa Infrastrutture Holding S. à r.l., pervenuta in data 20 dicembre 2016;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

AXA Infrastructure Holding S. à r.l. (di seguito, AXA Infra) è una *holding* di partecipazioni di diritto lussemburghese il cui capitale sociale è interamente detenuto da AXA Infrastructure Fund III S.C.A., Sicar (AXA INFRA III), fondo di investimento specializzato nell'investimento e nell'acquisizione di partecipazioni in imprese operanti nei settori delle infrastrutture dei trasporti, dell'energia, delle telecomunicazioni e dei servizi pubblici e ambientali. AXA Infra III è controllata, sotto il profilo *antitrust*, in via esclusiva da Ardian France S.A., società del gruppo Ardian. Ardian France S.A. è una società di investimento indipendente con sede legale a Parigi che gestisce diversi fondi specializzati in *private equity* e *asset management* per investitori istituzionali in Europa, Nord America e Asia. Il Gruppo Ardian è presente in Italia nella generazione di energia elettrica da fonti rinnovabili solo per il tramite delle sue partecipazioni nelle società Tre Solar e Tre&Partners S.p.A., nonché attraverso la CGE Palea Arsa S.r.l., società che gestisce un impianto fotovoltaico in Puglia.¹ Nel 2015, il fatturato aggregato realizzato dal gruppo Ardian è stato di circa 10 miliardi di euro, dei quali circa 1,8 per vendite in Italia.

Tre Solar S.r.l. (di seguito, TRE SOLAR) è una *holding* di partecipazioni, controllata congiuntamente da AXA Infra e Tozzi Green S.p.A., con quote azionarie rispettivamente pari al 65% e al 35%, attiva attraverso le proprie controllate nel settore della produzione di energia da fonti rinnovabili. Nel 2015 il fatturato consolidato realizzato da Tre solar - interamente in Italia - è stato di circa 75 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'Operazione consiste nell'acquisto, da parte del gruppo Ardian, a cui fa capo Axa Infra, del controllo esclusivo su Tre Solar e, attraverso di quest'ultima, le sue partecipate, ad esclusione delle società Agrite S.r.l. e delle Tre Stock S.r.l., in conseguenza dell'esercizio del diritto di recesso da

¹ Il Gruppo Ardian detiene altresì una partecipazione minoritaria nella società Enovos International S.A. la quale detiene partecipazioni in tre società attive in Italia nella generazione di energia elettrica. Tuttavia la partecipazione in Enovos International S.A. del Gruppo Ardian non conferisce a quest'ultimo alcuna capacità di influenzare le decisioni strategiche della suddetta società.

parte di Tozzi Green in relazione alla propria quota in Tre Solar². L'Operazione, quindi, consiste nel passaggio dal controllo congiunto di AXA Infra e Tozzi Green, al controllo esclusivo di AXA Infra su Tre Solar.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta il passaggio da controllo congiunto a controllo esclusivo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90.

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è superiore a 495 milioni di euro e il fatturato realizzato nel territorio italiano da Tre Solar è superiore a 50 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I mercati rilevanti

L'operazione in esame riguarda l'attività di generazione di energia elettrica da fonti rinnovabili, che rientra nell'ambito del più ampio settore della generazione di energia elettrica da fonti sia tradizionali sia rinnovabili. L'energia elettrica generata in Italia e quella importata definiscono, dal punto di vista merceologico, l'offerta all'ingrosso di energia destinata alla copertura del fabbisogno nazionale e quindi il mercato dell'approvvigionamento all'ingrosso³.

Dal punto di vista geografico, il mercato dell'approvvigionamento all'ingrosso di energia elettrica è di dimensioni sovraregionali, sulla base di una suddivisione in macro-zone (Nord, Sud, Sicilia e Sardegna) dettata sia da vincoli di trasmissione che da differenze nella struttura dell'offerta, che si riflettono in differenze stabili nei prezzi di vendita dell'energia elettrica⁴.

Gli *asset* produttivi oggetto di acquisizione nell'ambito dell'Operazione sono localizzati nelle Macro-zone Nord, Sud e Sicilia. Il Gruppo Ardian è attivo in Italia anche per il tramite di CGE Palea Arsa S.r.l., nella macro-zona Sud.

Il mercato rilevante ai fini della valutazione della presente operazione è pertanto il mercato della generazione e vendita all'ingrosso di energia elettrica nelle Macro-zone Nord, Sud e Sicilia.

Effetti dell'operazione

Il gruppo Ardian possiede già il controllo congiunto sulle attività di Tre Solar nelle Macro-zone Nord e Sicilia, nelle quali tali attività rappresentano una quota del tutto marginale della potenza installata totale. Nella macro-zona Sud il gruppo Ardian è attivo anche attraverso l'impianto della CGE Palea Arsa S.r.l. e si realizza, dunque, una sovrapposizione con le attività della società

² Tozzi Green continuerà a esercitare il controllo congiunto su Agrite S.r.l. e Tre Stock S.r.l.

³ Cfr. AGCM C9962 – FINAVIAS-TRE_TREJV, in Boll. n. 8/09 e C11166 – AXA Infrastructure Holding-Tre/Tre Solar Masseria Giorgini - TG Insite, in Boll. n. 32/11.

⁴ Cfr. Indagine conoscitiva sullo stato della liberalizzazione dei settori dell'energia elettrica e del gas naturale, febbraio 2005, in Boll. n. 6/05.

acquisita. Entrambe le parti tuttavia possiedono quote scarsamente rilevanti anche in tale Macro-zona. Sulla base dei dati del 2015, per la capacità installata in kW, Ardian Group (esclusa Tre Solar) detiene lo [0-5%]⁵ e Tre Solar meno del [0-5%]. La quota di mercato detenuta dal Gruppo Ardian all'esito dell'Operazione sarà quindi pari al [0-5%]. Pertanto, l'operazione non condurrà ad alcuna rilevante modifica della struttura di mercato.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sui mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento sarà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

⁵ Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS1344 - AFFIDAMENTO IN CONCESSIONE DI BENI DEMANIALI INDISPONIBILI DEL PATRIMONIO DEL COMUNE DI CARRARA

Roma, 24 novembre 2016

Presidente del Senato della Repubblica
Presidente della Camera dei Deputati
Sindaco del Comune di Carrara

L'Autorità, nella sua riunione del 16 novembre 2016, ha esercitato il proprio potere di segnalazione e consultivo con riguardo ad alcune criticità normative e regolamentari che ostacolano uno sviluppo concorrenziale dell'attività di sfruttamento degli agri marmiferi presenti nel territorio del Comune di Carrara.

In particolare, l'Autorità ha inteso in primo luogo esprimere, ai sensi dell'articolo 22 della legge n. 287/90, le seguenti considerazioni in merito alle modalità di affidamento in concessione dei diritti di sfruttamento degli agri marmiferi presenti nel territorio comunale, con particolare riferimento alla procedura di selezione dei potenziali affidatari e alla possibilità di proroga automatica della concessione.

Le modalità di assegnazione delle concessioni nel Comune di Carrara sono attualmente disciplinate dal Regolamento per la Concessione degli Agri Marmiferi emanato con deliberazione del Consiglio Comunale n. 88 del 29 luglio 1994 e s.m.i., che non prevede alcuna procedura concorsuale per l'individuazione dei soggetti affidatari e, all'art. 9, stabilisce una durata ventinovennale della concessione e il rinnovo automatico alla scadenza.

In base alla disciplina normativa vigente, e segnatamente alla luce dell'art. 39 della legge regionale n. 35/2015 "*Disposizioni in materia di cave*", codesto Comune è tenuto a innovare il predetto Regolamento. In relazione alla prevista nuova definizione del più corretto regime amministrativo da applicarsi alla gestione e allo sfruttamento degli agri marmiferi nel territorio comunale, l'Autorità intende sottolineare che il rilascio delle concessioni deve avvenire in conformità alle previsioni dell'ordinamento europeo e nazionale. In particolare, qualora il numero di titoli autorizzatori disponibili per l'esercizio di una determinata attività di servizi risulti limitato per ragioni correlate alla scarsità delle risorse naturali o delle capacità tecniche disponibili, le autorità competenti sono tenute ad applicare una procedura di selezione tra i candidati potenziali e ad assicurare la predeterminazione e la pubblicazione, nelle forme previste dai propri ordinamenti, dei

criteri e delle modalità atti ad garantirne l'imparzialità, cui le stesse devono attenersi. In tali casi, inoltre, il titolo deve essere rilasciato per una durata limitata e non può essere rinnovato automaticamente¹.

Si ricorda sul punto che l'Autorità ha in più occasioni² sottolineato i principi cui dovrebbero ispirarsi le Amministrazioni concedenti. Secondo un orientamento costante, appare infatti opportuno ridurre la discrezionalità amministrativa nella scelta dei concessionari, nonché rispettare i principi comunitari della parità di trattamento, non discriminazione, trasparenza e proporzionalità. Pertanto, la selezione del concessionario dovrebbe essere orientata a criteri oggettivi, trasparenti, non discriminatori e, in particolare, la durata delle concessioni *“dovrebbe essere rigorosamente definita in maniera da perseguire l'equilibrio economico-finanziario degli investimenti del concessionario, senza però rinviare per tempi eccessivamente lunghi il confronto concorrenziale”*³. Infine, con specifico riferimento alla prassi adottata da molte amministrazioni di procedere ad un rinnovo automatico delle concessioni, l'Autorità ha espressamente affermato, *“che la proroga automatica delle concessioni in essere non consentirebbe di cogliere i benefici che deriverebbero dalla periodica concorrenza per l'affidamento attraverso procedure ad evidenza pubblica”*⁴.

I principi di derivazione comunitaria a tutela della concorrenza (imparzialità, trasparenza, parità di trattamento e non discriminazione), peraltro, come chiarito dalla giurisprudenza amministrativa, sono applicabili anche alle concessioni di beni pubblici, fungendo da parametro di interpretazione e limitazione del diritto di insistenza. La circostanza che con la concessione di un'area demaniale venga fornita un'occasione di guadagno a soggetti operanti sul mercato è requisito sufficiente a imporre una procedura competitiva ispirata ai summenzionati principi⁵.

Tanto premesso, l'Autorità osserva che una parte rilevante delle cave attive nel territorio del Comune di Carrara risulta interessata da una situazione di commistione fra agri marmiferi comunali e aree di natura giuridica diversa, che in senso lato definiscono i c.d. “beni stimati”. In particolare, sono stati definiti “beni stimati” alcune cave *“di limitate dimensioni territoriali, le quali, in ragione delle peculiari caratteristiche morfologiche che le contraddistinguono, non sono*

¹ Art. 16 del Decreto legislativo del 26 marzo, n. 59, di trasposizione dell'art. 12 della Direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno.

² Cfr. AS1151, Provincia autonoma di Trento - Affidamento di concessioni per grandi derivazioni di acqua pubblica ad uso idroelettrico, AS1116, Regione Liguria - Organizzazione dei servizi di trasporto pubblico in ambito regionale e locale, AS1114, Regime concessorio presente nel porto di Livorno, AS135, Proroghe delle concessioni autostradali e AS152, Misure di revisione e costituzione di concessioni amministrative.

³ Così nella segnalazione AS988, “Proposte di riforma concorrenziale ai fini della legge annuale per il mercato e la concorrenza – anno 2013”, del 28 settembre 2012, in Boll. n. 38/12. Sul punto, peraltro, l'articolo 18 della DIRETTIVA 2014/23/UE DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO del 26 febbraio 2014 sull'aggiudicazione dei contratti di concessione, rubricato “Durata della concessione” dispone che “1. La durata delle concessioni è limitata. Essa è stimata dall'amministrazione aggiudicatrice o dall'ente aggiudicatore in funzione dei lavori o servizi richiesti al concessionario. 2. Per le concessioni ultraquinquennali, la durata massima della concessione non supera il periodo di tempo in cui si può ragionevolmente prevedere che il concessionario recuperi gli investimenti effettuati nell'esecuzione dei lavori o dei servizi, insieme con un ritorno sul capitale investito tenuto conto degli investimenti necessari per conseguire gli obiettivi contrattuali specifici. Gli investimenti presi in considerazione ai fini del calcolo comprendono sia quelli iniziali sia quelli in corso di concessione”.

⁴ Così nella segnalazione AS491, “Disposizioni sul rilascio delle concessioni di beni demaniali e sull'esercizio diretto delle funzioni amministrative in materia di demanio marittimo”, in Boll. n. 46/08.

⁵ Consiglio di Stato, IV, 7 marzo 2016, n. 889, e Consiglio di Stato, Sez. Cons. Atti Normativi- Parere 27 giugno 2016 n. 1505.

*ormai coltivabili singolarmente e risultano in parte incorporate all'interno di una stessa unità produttiva insieme a cave pubbliche, soggette a concessioni comunali*⁶.

Come noto, in relazione ai “beni stimati” da lungo tempo appare in contestazione l'appartenenza o meno al patrimonio indisponibile del Comune stesso⁷.

Sul punto, la legge regionale n. 35 del 2015, con la quale la Regione Toscana ha dettato un'organica disciplina dell'attività estrattiva nell'ottica di salvaguardare “*le particolarità storiche, giuridiche ed economiche che caratterizzano i beni compresi nel suo territorio*”, ha da ultimo colmato una lacuna nell'ordinamento civile italiano, riconducendo, in base alla disposizione di cui al comma 2 dell'art. 32, i beni stimati al patrimonio indisponibile del Comune.

Tuttavia, la Corte Costituzionale, con sentenza n. 228 del 20 settembre 2016, ha dichiarato l'illegittimità costituzionale di tale previsione per incompetenza legislativa della Regione a disciplinare la materia. Secondo la Corte, infatti, l'individuazione della natura pubblica o privata dei beni appartiene all'“ordinamento civile” e, di conseguenza, tale potestà spetta allo Stato, titolare della funzione legislativa esclusiva in tale materia.

Dal punto di vista del *vulnus* concorrenziale derivante dalla predetta situazione di incertezza sulla natura pubblica o privata dei beni stimati, l'Autorità osserva che la commistione fra questi ultimi e gli agri marmiferi nell'ambito di stesse porzioni del territorio comunale determina insormontabili difficoltà per l'applicazione, da parte dell'ente locale, di un corretto regime concessorio in ordine al diritto di sfruttamento delle cave, e ostacola per questa via l'instaurarsi nelle necessarie dinamiche concorrenziali sui relativi mercati.

Tanto premesso, l'Autorità auspica un intervento del legislatore nazionale al fine di risolvere gli impedimenti al corretto dispiegarsi delle dinamiche concorrenziali, garantendo, attraverso un rapido esercizio delle proprie competenze in materia di ordinamento civile che riconduca i beni stimati ai beni del patrimonio indisponibile del Comune di Carrara, che le aree estrattive interessate dalla compresenza di beni stimati e agri marmiferi possano essere complessivamente sottoposte a procedure concorsuali per la selezione del soggetto affidatario della concessione.

In conclusione, alla luce delle considerazioni suesposte, l'Autorità auspica da un lato un intervento del legislatore nazionale al fine di consentire una piena effettuazione delle procedure competitive di individuazione del concessionario con riferimento a tutte le aree estrattive interessate, dall'altro che il Comune di Carrara disegni regole per l'affidamento in concessione per lo sfruttamento degli

⁶ Corte Cost., sent. n. 228/2016.

⁷ I beni stimati risultavano censiti per la prima volta nell'ambito dell'editto con cui nel 1751 la Duchessa Maria Teresa Cybo Malaspina cancellava, per le cave per le quali esso non fosse stato pagato da più di venti anni, l'obbligo del pagamento annuale di un diritto di sfruttamento stabilito originariamente nello statuto di Alberico del 1574. Nel corso del '900, con il nuovo catasto terreni del 1905 il Comune distinse le cave in tre diverse tipologie – cave in concessione, concordate e contestate – ma non si attivò presso i possessori affinché chiedessero il rilascio delle concessioni, né avviò le procedure per regolarizzare i mappali contestati. Nel 1955 la commissione di esperti incaricata dal Comune di predisporre il regolamento per la concessione degli agri marmiferi comunali, ai sensi dell'art. 64, comma 3, del regio decreto 29 luglio 1927, n. 1443, qualificò i beni stimati come beni di proprietà privata; nondimeno il Comune, fino al 1994, non adottò alcun regolamento. In base al combinato disposto dei commi 1 e 2 dell'art.1 della legge regione Toscana n. 104/1995, si qualificavano come appartenenti al patrimonio indisponibile comunale gli agri marmiferi se su di essi il Comune risultava proprietario ai sensi delle normative in atto all'entrata in vigore della medesima legge regionale, e non venivano contemplati espressamente i beni stimati.

Come ha osservato il supremo giudice in relazione alla definizione della natura pubblica o privata di detti beni stimati, “*Le vicende successive all'editto del 1751 sono segnate da una sequenza di plurisecolari inefficienze dell'amministrazione, che hanno impedito le verifiche e gli accertamenti necessari a porre ordine alla materia*” (Corte Costituzionale, sent. n. 228/2016, cit).

agri marmiferi che rispecchino i principi di tutela della concorrenza alla luce dei principi tracciati dall'ordinamento comunitario e nazionale.

A tal fine si invita il Comune di Carrara a comunicare entro quarantacinque giorni le iniziative che intenderà intraprendere per ripristinare le corrette dinamiche concorrenziali.

Il presente parere sarà pubblicato sul bollettino di cui all'articolo 26 della legge n. 287/90. Eventuali esigenze di riservatezza dovranno essere manifestate all'Autorità entro trenta giorni dal ricevimento della presente segnalazione, precisandone i motivi.

f.f. IL PRESIDENTE

Gabriella Muscolo

DIRITTI TELEVISIVI

SR28 - LEGA CALCIO SERIE A-LINEE GUIDA CAMPIONATI DI CALCIO 2018/2019 - 2019/2020 - 2020/2021

Provvedimento n. 26351

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 25 gennaio 2017;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il Decreto Legislativo 9 gennaio 2008, n. 9, recante *“Disciplina della titolarità e della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi e relativa ripartizione delle risorse”*;

VISTO l'articolo 6, comma 1, del citato Decreto Legislativo, in base al quale la Lega Nazionale Professionisti è tenuta a predeterminare, per le competizioni calcistiche di propria competenza, linee guida *“per la commercializzazione dei diritti audiovisivi recanti regole in materia di offerta e di assegnazione dei diritti audiovisivi medesimi, criteri in materia di formazione dei relativi pacchetti e le ulteriori regole”* previste dal Decreto in modo da garantire ai partecipanti alle procedure competitive *“condizioni di assoluta equità, trasparenza e non discriminazione”*;

VISTO l'articolo 6, comma 6, dello stesso Decreto Legislativo, in cui è stabilito che l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato verifichino, per i profili di rispettiva competenza, la conformità delle linee guida ai principi e alle disposizioni del Decreto Legislativo n. 9/2008 e le approvino entro sessanta giorni dal ricevimento delle stesse;

VISTE le linee guida di cui al Decreto Legislativo n. 9/2008, trasmesse dalla Lega Nazionale Professionisti Serie A in data 30 novembre 2016 e nella versione da ultimo trasmessa in data 23 gennaio 2017;

VISTI i contributi forniti in data 11 gennaio 2017 e 18 gennaio 2017, presentati da alcuni operatori della telecomunicazione e da un'associazione di consumatori nell'ambito della consultazione pubblica indetta dall'Autorità con delibera del 21 dicembre 2016;

VISTE le informazioni fornite dalla Lega Nazionale Professionisti Serie A in data 11 gennaio 2017 in risposta a una richiesta di informazioni dell'Autorità trasmessa in data 21 dicembre 2016;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LA LEGA NAZIONALE PROFESSIONISTI SERIE A

1. La Lega Nazionale Professionisti Serie A (“Lega Serie A”) associa in forma privatistica le società sportive affiliate alla Federazione Italiana Gioco Calcio (“FIGC”) che partecipano al Campionato di Serie A e che, a tal fine, si avvalgono delle prestazioni di calciatori professionisti. Essa organizza le seguenti competizioni sportive: Campionato di Serie A, Coppa Italia, Supercoppa, Campionato Primavera, Coppa Italia Primavera e Supercoppa Primavera.

2. La Lega Serie A, in qualità di organizzatore delle competizioni suddette, ai sensi del Decreto Legislativo 9 gennaio 2008, n. 9 (c.d. Decreto Melandri), è contitolare, insieme alle società sportive che partecipano agli eventi, dei diritti audiovisivi relativi alle competizioni che organizza. Secondo le previsioni del suddetto decreto e della lettera *k*) dell'articolo 1, comma 3, del suo Statuto-Regolamento, la Lega Serie A è il soggetto preposto alla commercializzazione dei diritti audiovisivi relativi alle competizioni che organizza¹.

3. In applicazione dell'articolo 6 del Decreto Legislativo 9 gennaio 2008, n. 9 (il "Decreto" o anche "Decreto Melandri"), la Lega Serie A ha adottato le Linee Guida per la vendita centralizzata dei diritti audiovisivi relativi alle stagioni sportive 2018/2019, 2019/2020 e 2020/2021 (nel seguito, anche "Linee Guida"). Le Linee Guida sono state trasmesse in data 30 novembre 2016 e in una successiva versione con modifiche, di mera forma pervenuta in data 23 gennaio 2017. I principali contenuti delle Linee Guida sono riportati di seguito.

II. IL CONTENUTO DELLE LINEE GUIDA

4. Le Linee Guida riguardano i diritti audiovisivi sportivi relativi alle seguenti competizioni nazionali di calcio, organizzate dalla Lega Serie A: Campionato di Serie A, Coppa Italia, Supercoppa, Campionato Primavera, Coppa Italia Primavera, Supercoppa Primavera.

5. Per le competizioni menzionate, la Lega Serie A procederà alla vendita centralizzata dei diritti audiovisivi di natura primaria (diritti di prima messa in onda degli eventi) e secondaria (diritti di trasmissione delle repliche, delle sintesi e delle immagini salienti degli eventi).

6. La Lega Serie A espletterà distinte procedure competitive di vendita centralizzata e formerà più pacchetti che si differenziano tra loro a seconda del mercato cui sono destinati e del carattere di esclusiva o non esclusiva del loro sfruttamento. La composizione di ogni pacchetto e la disciplina che ne regola lo sfruttamento saranno descritte nel corrispondente invito a presentare offerte e seguiranno i criteri indicati nelle Linee Guida che di seguito vengono descritti.

¹ L'articolo 1, comma 3, dello Statuto-Regolamento della Lega Serie A, nella versione approvata dall'Assemblea in data 1° luglio 2010, intitolato "Natura e attribuzioni", prevede che tale ente: "a. promuove, in ogni sede e con ogni mezzo consentito, gli interessi generali e collettivi delle società associate, rappresentandole nei casi consentiti dalla legge o dall'ordinamento federale, uniformando la propria attività e l'organizzazione interna a criteri di efficienza, trasparenza, parità di trattamento; b. organizza, nel rispetto di quanto previsto al comma 3 dell'art. 9 dello Statuto Federale, il Campionato di Serie A, la Supercoppa di Lega, il Campionato Primavera, la Supercoppa Primavera; c. organizza, previa, se necessaria, delega da parte di altra Lega la Coppa Italia e la Coppa Italia Primavera; d. stabilisce i calendari delle competizioni ufficiali di cui sub b. e c. e ne fissa date ed orari; e. regola, anche per la tutela della regolarità tecnica e disciplinare delle competizioni e per motivi connessi alla sicurezza, le modalità di accesso di operatori, radio cronisti e fotografi negli spazi soggetti ai poteri degli ufficiali di gara; f. regola, anche per la tutela della regolarità tecnica e disciplinare delle competizioni e per motivi connessi alla sicurezza, i rapporti fra le società e i mezzi di informazione per il solo esercizio del diritto di cronaca radiofonica e televisiva e per assicurare le modalità di accesso, in conformità con le vigenti leggi; g. assicura la distribuzione interna delle risorse finanziarie; h. assicura la diffusione, anche attraverso mezzi informatici, dei principali atti e documenti associativi alle proprie associate che informa periodicamente sulla propria attività e sulle questioni di interesse comune; i. definisce, d'intesa con le categorie interessate, i limiti assicurativi contro i rischi a favore dei tesserati e svolge attività consultiva attinente al trattamento pensionistico degli stessi; j. rappresenta le società nella stipula degli accordi di lavoro e nella predisposizione dei relativi contratti tipo; k. in qualità di organizzatore della competizione nel senso definito dal decreto legislativo 9 gennaio 2008 n. 9 (di seguito: Decreto), nonché contitolare dei diritti audiovisivi di cui al Decreto e relativi alle competizioni che organizza, li commercializza; l. rappresenta le società associate nei loro rapporti con la F.I.G.C., con le altre Leghe e, previo rilascio di delega specifica da ogni singola società, con i terzi; m. detta norme di gestione delle società, nell'interesse collettivo, e riscontra l'osservanza di queste e delle disposizioni emanate in materia dalla F.I.G.C. da parte delle società stesse; n. rappresenta le società associate nella tutela di ogni altro interesse collettivo".

7. Le Linee Guida definiscono i criteri di formazione riguardanti i seguenti pacchetti di diritti: (i) pacchetti esclusivi destinati al territorio nazionale; (ii) pacchetti non esclusivi destinati al territorio nazionale; (iii) pacchetti da offrire agli operatori delle piattaforme emergenti; (iv) pacchetti audio (per le trasmissioni radiofoniche); (v) pacchetti destinati al mercato internazionale.

Criteri di formazione dei pacchetti esclusivi

8. I pacchetti esclusivi potranno essere formati ai fini dell'esercizio dei diritti audiovisivi secondo tre modalità alternative, vale a dire tutte le possibili modalità previste dal Decreto Legislativo n. 9/2008: (i) per singola piattaforma (vendita "per piattaforma"); (ii) secondo modalità di vendita che mettano in concorrenza le diverse piattaforme (vendita "per prodotto") per una o più delle competizioni o per determinati eventi di una singola competizione; o, alternativamente, (iii) con entrambe le predette modalità (vendita "mista").

9. In base al punto 24, lettera b) delle Linee Guida, nella formazione dei singoli pacchetti la Lega Serie A afferma di voler tenere conto dello sviluppo tecnologico ed economico delle varie piattaforme e dell'evoluzione dei *device*. Viene precisato che la predisposizione di offerte mirate alla singola piattaforma, tuttavia, non sarà sostitutiva dell'offerta per le piattaforme storiche e a maggiore diffusione, in modo che non si determini una minore varietà di fornitori disponibili.

10. Le Linee Guida prevedono che l'offerta iniziale di mercato contenga, qualunque sia la modalità di vendita, un numero minimo di dirette pari al 50% degli eventi del Campionato di Serie A e, dalla sola fase degli ottavi di finale in poi, della Coppa Italia. La Lega Serie A si riserva di destinare successivamente alla commercializzazione un numero diverso di dirette. Inoltre, la commercializzazione consentirà la trasmissione in chiaro di immagini salienti in differita e di immagini correlate, tra cui le interviste.

11. Nel caso di cessione dei diritti "per piattaforma", la commercializzazione degli eventi del Campionato di Serie A includerà più pacchetti riservati a diverse piattaforme. La Lega Serie A, ad ogni modo, non è tenuta a predisporre più pacchetti per ciascuna piattaforma. È prevista una *no single buyer rule*, per la quale nessun operatore può acquisire in esclusiva tutti i diritti di trasmissione degli eventi in tutte le piattaforme "e nel rispetto dei divieti di posizioni dominanti di cui all'art. 9, comma 4, del Decreto Legislativo n. 9/08".

12. Per ciò che concerne le altre due modalità di commercializzazione ("per prodotto" e "mista"), la commercializzazione degli eventi del Campionato di Serie A includerà più pacchetti di diritti audiovisivi, dei quali minimo due pacchetti per trasmissioni in diretta. È fatto divieto per un singolo operatore di acquisire in esclusiva tutti i pacchetti contenenti le dirette (*no single buyer rule*) "e nel rispetto dei divieti di posizioni dominanti di cui all'art. 9, comma 4, del Decreto Legislativo. 9/08".

13. Per la commercializzazione dei pacchetti di diritti esclusivi degli eventi relativi alle competizioni diverse dalla Serie A (Coppa Italia, Supercoppa Italiana e Competizioni Primavera), la Lega Serie A procederà in conformità dell'articolo 7, comma 8, del Decreto Melandri² e prevede di poter commercializzare anche un solo pacchetto per le trasmissioni in diretta.

² "Alla commercializzazione dei diritti audiovisivi relativi alle competizioni delle categorie professionistiche calcistiche inferiori al campionato di serie A e degli altri sport professionistici a squadre oggetto del presente decreto, nonché quelle relative alle Coppe nazionali e agli ulteriori eventi organizzati sulla base dell'esito delle competizioni, si applicano le disposizioni di cui alle sezioni I, II e III del presente capo, con esclusione degli articoli 8, commi 2 e 3, e 9, comma 4, nonché le disposizioni di cui alle sezioni IV e V del presente capo ad eccezione dell'articolo 14, comma 4".

14. Le Linee Guida prevedono una riserva in favore delle società sportive per la commercializzazione dei diritti nel caso di esito negativo dell'assegnazione centralizzata. Inoltre, gli inviti ad offrire indicheranno se la Lega Serie A metterà il segnale audiovisivo degli eventi a disposizione degli assegnatari dei diritti audiovisivi o se e per quali eventi la produzione audiovisiva dello stesso segnale sarà a carico dei medesimi assegnatari.

Criteri di formazione dei pacchetti non esclusivi

15. Quanto alla formazione dei pacchetti non esclusivi destinati al territorio nazionale, le Linee Guida affermano il principio che lo sfruttamento dei diritti non esclusivi è consentito in forme che non pregiudichino lo sfruttamento dei diritti esclusivi. Nello specifico, la commercializzazione di tali diritti avverrà mediante un pacchetto di diritti non esclusivi esercitabili in chiaro nell'intero territorio nazionale per la trasmissione di immagini salienti in differita nella fascia oraria con inizio non prima delle ore 23.00 e non oltre le ore 24.00 del giorno della gara. Inoltre, verrà riservata a favore dell'emittenza locale una quota di diritti relativi alle immagini salienti.

16. La Lega Serie A potrà convertire da non esclusivi a esclusivi e viceversa i diritti non assegnati o abbinare diritti non esclusivi ai pacchetti esclusivi purché ciò non comporti pregiudizio alcuno a carico degli operatori che abbiano già acquisito diritti esclusivi in esito alle procedure competitive.

Criteri di formazione degli altri pacchetti di diritti

17. I pacchetti di diritti audiovisivi da offrire alle piattaforme emergenti, individuate dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sono esercitabili nel territorio nazionale e includono la prima differita o la prima trasmissione di immagini salienti degli eventi su base non esclusiva, a fronte di un corrispettivo da determinarsi in percentuale sui prezzi pagati dagli utenti, subordinatamente però al rispetto dei diritti già assegnati o oggetto degli inviti a presentare offerte già pubblicati. La Lega Serie A formerà i pacchetti nell'ottica di non pregiudicare lo sfruttamento dei diritti audiovisivi riservati agli altri assegnatari e potrà includere anche le Competizioni Primavera, a condizione che le piattaforme emergenti si facciano carico dei costi relativi alla produzione e trasmissione del segnale.

18. Per quanto riguarda i pacchetti relativi ai diritti audio, verrà predisposto un pacchetto di diritti con le dirette di tutti gli eventi del Campionato di Serie A da esercitare su base esclusiva in ambito nazionale. Inoltre, verranno predisposti anche dei pacchetti non esclusivi nazionali e locali, che comprenderanno fino a un massimo di quattro estratti sonori in diretta di eventi del Campionato di Serie A. Tali pacchetti saranno individuati in modo tale che la loro durata non pregiudichi lo sfruttamento dei pacchetti degli altri assegnatari e faccia salvo l'esercizio del diritto di cronaca.

19. Per ciò che concerne i pacchetti destinati al mercato internazionale, la Lega Serie A si riserva di formare uno o più pacchetti per ciascuna competizione. Nel caso in cui vi siano più pacchetti la commercializzazione potrebbe essere suddivisa per aree geografiche. Ad ogni modo, nel caso di licenza per territorio, le limitazioni previste per i licenziatari saranno conformi al diritto nazionale e comunitario.

Le procedure di assegnazione

20. Se previsto dalla normativa vigente, gli operatori della comunicazione ammessi a partecipare alla gara devono essere in possesso del titolo abilitativo per la trasmissione sul territorio italiano mediante una delle piattaforme previste nel pacchetto di diritti audiovisivi o, nel caso di vendita

per singola piattaforma, devono essere in possesso del titolo abilitativo, se previsto dalla normativa, per la trasmissione sul territorio italiano mediante la piattaforma in questione. Sono ammessi a partecipare alla gara altresì gli intermediari indipendenti che non si trovino in situazione di controllo o collegamento rispetto agli operatori di comunicazione, la Lega Serie A o gli organizzatori degli eventi.

21. Le Linee Guida prevedono che saranno esclusi dalla procedura ambedue i soggetti che si trovino in rapporto di controllo o collegamento ai sensi dell'articolo 43, comma 15, del Decreto Legislativo n. 177/2005 recante il Testo Unico dei Servizi Media Audiovisivi (TUSMAR). La Lega Serie A procederà ugualmente all'esclusione quando le offerte di due o più operatori partecipanti alla gara siano imputabili, sulla base di univoci elementi, ad un unico centro decisionale.

22. Gli operatori di comunicazione devono disporre di una capacità distributiva con adeguata copertura del territorio nazionale, dei mezzi e dell'organizzazione necessari a supportare le attività conseguenti all'assegnazione, di adeguate garanzie di solvibilità e di risorse economiche.

23. La notizia dell'avvio di procedure competitive relative a pacchetti offerti in esclusiva e dei relativi termini per l'invio delle offerte sarà pubblicata sul sito ufficiale della Lega Serie A e su almeno due dei principali quotidiani a diffusione nazionale, nel quale saranno analiticamente descritti i contenuti dei pacchetti offerti al mercato, unitamente alle condizioni essenziali di assegnazione. I termini di presentazione delle offerte sono fissati secondo criteri di ragionevolezza e comunque, tenuto anche conto dell'eventuale portata innovativa della configurazione dei pacchetti, non sono inferiori a 15 giorni dalla data di pubblicazione dell'invito a presentare offerte, in modo da garantire a tutti i soggetti potenzialmente interessati uguali opportunità di presentare la propria offerta, con piena conoscenza delle condizioni essenziali di assegnazione.

24. Le offerte dovranno essere depositate in busta chiusa presso la sede legale della Lega Serie A. Ogni singola busta deve contenere, a pena di esclusione, una singola offerta per un pacchetto. La Lega Serie A valuterà l'ammissibilità delle offerte in base ai criteri previsti nelle Linee Guida e ammetterà a partecipare alla procedura i soli soggetti, tra gli offerenti, che: (i) siano in possesso dei requisiti e accettino i limiti e gli obblighi previsti nelle Linee Guida e nel pertinente invito a offrire; (ii) offrano garanzie di adempimento che la Lega Serie A Serie A giudichi soddisfacenti con giudizio discrezionale; (iii) dispongano di capacità trasmissiva in grado di raggiungere almeno il 50% della popolazione italiana nel territorio nazionale riguardo ai pacchetti per il mercato nazionale. Le Linee Guida hanno altresì cura di specificare che la Lega Serie A, a decorrere dal presente ciclo di commercializzazione, considererà come irricevibili le offerte sottoposte a qualsiasi tipo di condizione.

25. I competenti organi della Lega Calcio Serie A procedono all'assegnazione dei diritti al soggetto che abbia presentato l'offerta più alta, purché superiore al prezzo minimo, sempre che siano rispettate tutte le altre condizioni previste dalle presenti Linee Guida e dagli inviti a presentare offerte in particolare dal menzionato articolo 24, lettera b)³.

³ Di seguito si riporta il punto 24, lettera b) "nella formazione dei singoli pacchetti la Lega Calcio Serie A tiene conto dello sviluppo tecnologico ed economico delle varie piattaforme e dell'evoluzione dei device. La predisposizione di offerte mirate alla singola piattaforma non deve essere però sostitutiva dell'offerta per le piattaforme storiche e a maggiore diffusione, in modo che non si determini una minore varietà di fornitori disponibili".

26. Il prezzo dei diritti audiovisivi è di volta in volta individuato ovvero approvato dalla Lega Calcio Serie A secondo ragionevolezza alla luce delle condizioni di mercato in modo da essere adeguato al contenuto del pacchetto.

A prescindere dalla procedura di vendita adottata per ciascun pacchetto, il prezzo dei diritti determinato dalla Lega Calcio Serie A in relazione a un pacchetto non attribuisce in alcun caso al relativo assegnatario il diritto di contestazione del prezzo determinato a carico degli assegnatari di altri pacchetti.

27. Il prezzo dei diritti audiovisivi sarà di volta in volta individuato o approvato dalla Lega Serie A secondo ragionevolezza alla luce delle condizioni di mercato, in modo da essere adeguato al contenuto del pacchetto.

28. Con riferimento ai pacchetti di diritti audiovisivi esclusivi relativi alle dirette di una determinata competizione, la Lega Serie A si riserva di non procedere all'assegnazione di nessuno dei pacchetti laddove le offerte non permettano l'aggiudicazione dell'intero sistema di diritti audiovisivi esclusivi posto in vendita, sebbene non si indichi quali pacchetti rientrino in tale previsione.

29. Pertanto, qualora anche uno solo dei detti pacchetti esclusivi posti in vendita non riceva un'offerta pari o superiore al prezzo minimo, la Lega Serie A ha facoltà di avviare una nuova procedura competitiva per i pacchetti esclusivi relativi alle dirette, modificandone la composizione e/o il prezzo minimo. In caso di esito negativo anche di tale seconda procedura competitiva, non essendosi ricevuta, anche per uno solo dei pacchetti esclusivi posti in vendita, un'offerta pari o superiore al prezzo minimo, la Lega Serie A potrà avviare una terza procedura competitiva per i pacchetti esclusivi relativi alle dirette, modificando la composizione e/o il prezzo oppure può decidere di passare direttamente a trattativa privata per i pacchetti esclusivi posti in vendita, qualora non ne modifichi la composizione. In tale ipotesi, l'eventuale fase della trattativa privata deve essere comunque improntata al rispetto dei principi propri delle procedure competitive, tenendo conto, in particolare, dell'esigenza di garantire ai partecipanti alla procedura in questione condizioni di assoluta equità, trasparenza e non discriminazione.

30. Dell'avvio di trattative private verrà data notizia sul sito ufficiale della Lega Serie A mediante pubblicazione di apposito invito a partecipare. Alle trattative private saranno ammessi tutti i soggetti che abbiano manifestato il proprio interesse rispondendo all'invito a parteciparvi.

31. Eventuali modifiche alla composizione dei pacchetti determinate dalla Lega Serie A nel corso o in esito alla trattativa privata, che comportino forme di sfruttamento dei diritti originariamente offerti al mercato sostanzialmente diverse o ulteriori, o loro sostanziali riduzioni, saranno tempestivamente e contestualmente comunicate per iscritto ai soli soggetti che abbiano manifestato interesse alla trattativa privata e siano stati ammessi a parteciparvi. Nella medesima comunicazione, la Lega Serie A indicherà i prezzi minimi dei pacchetti, se previsti, e il termine per la presentazione delle offerte.

32. Le fasi di trattativa non potranno protrarsi per più di sessanta giorni. Ove nei predetti sessanta giorni la Lega Serie A non abbia ricevuto alcuna offerta o riceva offerte ritenute insufficienti, potrà intraprendere nuove procedure competitive ovvero proseguire la trattativa privata per un massimo di ulteriori trenta giorni, sulla base anche di nuove composizioni dei pacchetti.

33. Nel caso di pacchetti rientrati nella disponibilità della Lega Serie A a seguito della risoluzione di un contratto di licenza o per altra causa, tale soggetto organizzatore si riserva di intraprendere

nuove procedure competitive tramite invito ad offrire o trattative private (in caso di urgenza) e/o utilizzare i diritti audiovisivi attraverso il proprio canale tematico o le altre forme distributive previste dalle Linee Guida.

34. Per ciò che concerne i diritti audiovisivi non esclusivi, questi saranno determinati dalla Lega Serie A contestualmente all'avvio delle procedure competitive relative ai diritti audiovisivi offerti in esclusiva. Essi, in pendenza di contratti di licenza, potranno essere modificati esclusivamente nel caso in cui non siano pregiudicati i diritti audiovisivi esclusivi per il territorio italiano.

35. L'assegnazione dei pacchetti non esclusivi sarà perfezionata dalla Lega nei confronti di tutti gli operatori che, in possesso dei necessari requisiti, accettino le condizioni di vendita offrendo il prezzo richiesto.

36. Qualora la Lega Serie A, ai sensi dell'articolo 7, comma 4, del Decreto Melandri⁴, intenda procedere all'assegnazione di tutti i diritti audiovisivi di una competizione esercitabili nel territorio italiano a un intermediario indipendente svolgerà un'apposita procedura competitiva. L'assegnazione dei diritti avviene tramite procedura competitiva avente i medesimi criteri previsti per l'assegnazione diretta dei diritti esclusivi.

Diritti assegnati e non esercitati.

37. L'assegnatario di uno o più pacchetti che, nel corso di durata del contratto di licenza, non intenda o non possa esercitare diritti audiovisivi ad esso aggiudicati in relazione a uno o più eventi della competizione, è tenuto a darne comunicazione alla Lega Serie A con un preavviso di almeno quindici giorni rispetto alla data dell'evento considerato. In tal caso, la Lega Serie A provvederà ad aggiudicare tali diritti audiovisivi ad altri operatori della comunicazione mediante trattativa privata, secondo le procedure dettate dal paragrafo 36 nell'ipotesi di pacchetti non assegnati⁵

⁴ "Al fine di perseguire il miglior risultato nella commercializzazione dei diritti audiovisivi sul mercato nazionale, l'organizzatore della competizione può individuare, attraverso un'apposita procedura competitiva, un intermediario indipendente a cui concedere in licenza tutti i diritti audiovisivi relativi ad una competizione. L'organizzatore della competizione non può procedere all'assegnazione di tutti i diritti audiovisivi all'intermediario indipendente prima che siano decorsi quarantacinque giorni dalla comunicazione all'Autorità garante della concorrenza e del mercato dei risultati e dei criteri adottati nella procedura competitiva".

⁵ "Nel caso di pacchetti non assegnati, la Lega Calcio Serie A decide se attivare dall'inizio una nuova procedura competitiva o dare corso a trattative private, riservandosi in entrambi i casi di apportare modifiche ai pacchetti medesimi. Dell'avvio di trattative private viene dato invito a partecipare sul sito ufficiale della Lega Calcio Serie A nel termine massimo di 30 (trenta) giorni dalla data fissata per l'apertura delle buste o dalla data in cui i diritti rientrano nella disponibilità della Lega Calcio Serie A.

Alle trattative private sono ammessi tutti i soggetti che abbiano comunicato la propria manifestazione di interesse rispondendo all'invito a parteciparvi. Il termine per l'adesione alla trattativa privata non può essere inferiore a 4 (quattro) giorni lavorativi dalla data di pubblicazione dell'invito a parteciparvi. In situazioni di urgenza il predetto termine è ridotto a 2 (due) giorni lavorativi. Eventuali modifiche alla composizione dei pacchetti determinate dalla Lega Calcio Serie A nel corso o in esito alla trattativa privata, che comportino forme di sfruttamento dei diritti originariamente offerti al mercato sostanzialmente diverse o ulteriori, o loro sostanziali riduzioni, devono essere tempestivamente e contestualmente comunicate per iscritto ai soli soggetti che abbiano manifestato interesse alla trattativa privata e siano stati ammessi a partecipare alla stessa.

Nella medesima comunicazione, la Lega Calcio Serie A indica i prezzi minimi di offerta qualora ritenga opportuno prevederli per i pacchetti e il termine per la presentazione delle relative offerte in busta chiusa. Della conclusione di ciascuna trattativa, che deve avvenire entro 60 (sessanta) giorni dalla data di ricezione delle adesioni alla stessa, così come del relativo esito, viene data notizia sul sito ufficiale della Lega Calcio Serie A. Qualora, in sede di trattativa privata, nel corso dei suddetti 60 giorni, la Lega Calcio Serie A non riceva alcuna offerta o riceva offerte ritenute insufficienti, può intraprendere nuove procedure competitive ovvero proseguire la trattativa privata per un massimo di ulteriori 30 (trenta) giorni, sulla base anche di nuove composizioni dei pacchetti. L'eventuale esito negativo delle procedure competitive deve

oppure procederà ad esercitarli direttamente. I diritti audiovisivi che non siano esercitati dall'assegnatario devono essere offerti anche alle emittenti locali, che possono esercitarli in diretta solo se non siano esercitati parimenti in diretta, nelle stesse fasce orarie, eventi assegnati ad altri assegnatari.

Diritti riservati alle società sportive

38. Sono riservati alle società sportive, che possono offrirli sul mercato non prima dell'inizio della procedura competitiva della Lega Serie A, i seguenti diritti relativi agli eventi da esse organizzati: (i) i diritti di trasmissione della replica o della sintesi dell'evento da parte di una sola emittente televisiva locale; (ii) i diritti di radiocronaca in diretta dell'intero evento da parte di una sola emittente radiofonica locale.

39. Tali diritti possono essere assegnati alle sole emittenti locali televisive e radiofoniche che trasmettano su piattaforma terrestre il cui bacino di utenza sia compreso nella regione in cui ha sede la società sportiva. Inoltre, sono riservati alle società sportive diritti audiovisivi relativi alla trasmissione sui canali tematici ufficiali dedicati alla propria squadra di immagini correlate, nonché della replica, della sintesi e delle immagini salienti degli eventi da esse organizzati e degli eventi ai quali partecipano in qualità di squadra ospite.

40. L'eventuale mancata assegnazione di pacchetti all'esito delle procedure competitive centralizzate comporta che i relativi diritti audiovisivi potranno essere commercializzati o esercitati direttamente attraverso il proprio canale tematico anche dalle singole società sportive.

La produzione audiovisiva degli eventi

41. Le Linee Guida prevedono che la produzione del segnale televisivo spetti all'organizzatore dell'evento o alla Lega Serie A, nel caso in cui le società sportive rinuncino in favore di quest'ultima. La Lega Serie A rende noto agli operatori entro il 15 luglio di ciascun anno, se il segnale è prodotto dalla Lega Serie A o dalle singole società sportive.

42. Inoltre, le Linee Guida, che possono essere integrate sul punto con dei regolamenti attuativi e comunicazioni, stabiliscono gli *standard* di produzione al fine di perseguire la migliore resa del prodotto. Il segnale offerto sarà contrassegnato dal logo ufficiale della competizione e la Lega si riserva di includere la propria grafica ufficiale. Gli eventi delle competizioni vengono ripresi con un numero e configurazioni di telecamere diverse a seconda della competizione, in parte con operatore e in parte senza operatore e a seconda dell'evoluzione tecnologica. A tali telecamere si aggiungono i sistemi di ripresa *Goal Line Technology* per assistere i direttori di gara nel verificare l'effettivo superamento da parte del pallone della linea bianca di porta.

43. Infine, per ciò che concerne il segnale, le tariffe – che non possono eccedere quelle previste dall'allegato 3 delle Linee Guida – sono dovute per ogni piattaforma e tipologia di sfruttamento (utenti residenziali/commerciali) su cui l'assegnatario farà valere i diritti attribuiti. In questo metodo, i licenziatari contribuiscono al pagamento dei costi tecnici totali per la produzione e distribuzione del segnale *pro-quota* rispetto all'utilizzo di quest'ultimo.

essere dichiarato dalla competente Assemblea della Lega Calcio Serie A. Resta ferma, per ognuna delle suddette ipotesi, la facoltà di non assegnare come regolata nel presente paragrafo e altresì quanto previsto nei precedenti paragrafi 18 e 20.*

III. LE INFORMAZIONI FORNITE DALLA LEGA

44. Con comunicazione del 21 dicembre 2016, l'Autorità ha ritenuto necessario acquisire informazioni più dettagliate in merito ai pacchetti di diritti offerti al mercato e alle relative procedure competitive, al fine di valutare la conformità dei medesimi alle previsioni e ai principi di un corretto confronto competitivo sottesi al Decreto Legislativo 9 gennaio 2008, n. 9, e alla Legge n. 287/1990.

45. In particolare, l'Autorità ha invitato la Lega a trasmettere informazioni puntuali in merito al numero e alla tipologia dei pacchetti e degli eventi inclusi in ciascuno di essi, anche in relazione al diverso esercizio di tali diritti che sarà consentito (per piattaforma, per prodotto, ovvero con entrambe le modalità) e ha richiesto di chiarire quali criteri si intendano adottare al fine di assicurare la predisposizione di pacchetti tra loro equilibrati, in modo da garantire la presenza, in ciascuno di essi, di eventi della competizione di elevato interesse per gli utenti.

46. Infine, è stato richiesto alla Lega di chiarire in che modo la definizione dei pacchetti di diritti risponderà alle condizioni di mercato nonché allo sviluppo tecnologico ed economico delle varie piattaforme, anche al fine di assicurare il rispetto dei principi di trasparenza, equità e non discriminazione.

47. Con nota pervenuta in data 10 gennaio 2016, la Lega Serie A ha rappresentato che le Linee Guida sono state trasmesse con il necessario anticipo rispetto alla prima stagione del ciclo di vendita che avrà inizio il primo luglio 2018. Più precisamente, la Lega Serie A ritiene di poter essere in condizione di pubblicare l'invito a presentare offerte per la trasmissione in diretta degli eventi entro i primi giorni del mese di marzo 2017, consentendo ai futuri assegnatari di programmare in modo adeguato i propri investimenti e la propria futura programmazione.

48. La Lega Serie A ha rappresentato che sono da tempo in corso delle azioni volte a determinare nuovi e diversi riassetti della proprietà e del controllo di alcuni dei principali operatori nelle telecomunicazioni. Ciò posto, la Lega Serie A ritiene imprudente e inopportuno ipotizzare le modalità di commercializzazione che essa deciderà in concreto di adottare con il rischio di determinare un ingiustificato vantaggio per alcuni operatori. Inoltre, in relazione alla richiesta di fornire informazioni in merito al numero e alla tipologia di pacchetti da vendere, la Lega Serie A ha affermato che l'indicazione di tali informazioni potrebbe compromettere il valore dei diritti e distorcere la concorrenza. Pertanto, le decisioni di dettaglio saranno assunte soltanto a ridosso della definitiva predisposizione del primo invito ad offrire. In ogni caso, la Lega Serie A ha assicurato il proprio impegno a procedere all'assegnazione dei pacchetti in modo da promuovere la creazione di situazioni pro-concorrenziali.

49. In merito ai criteri per la predisposizione di pacchetti equilibrati, la Lega ha rinviato al contenuto del paragrafo 24 delle Linee Guida e in particolare alle lettere *b)*, *j)* e *n)*, oltre che ai criteri specifici alla vendita per piattaforma (lettera *f)* e alla vendita per prodotto e alla vendita mista (lettera *g)*⁶.

⁶ Di seguito si riporta il testo del paragrafo 24: *"I criteri in materia di formazione dei pacchetti di diritti audiovisivi esercitabili su base esclusiva nel territorio nazionale, fermo restando il disposto dell'articolo 9 comma 4 del Decreto, sono i seguenti:*

a) i pacchetti vengono formati tenuto conto delle condizioni di mercato e quindi ai fini dell'esercizio dei diritti audiovisivi per singola piattaforma (vendita "per piattaforma") o secondo modalità di vendita che mettano in concorrenza le diverse piattaforme (vendita "per prodotto") ovvero con entrambe le modalità per una o più competizioni o per determinati eventi;

IV. I CONTRIBUTI ALLA CONSULTAZIONE PUBBLICA

50. Il 21 dicembre 2016 è stata avviata la consultazione pubblica concernente le Linee Guida predisposte dalla Lega Serie A.

51. I contributi alla consultazione pubblica, richiamando anche alcuni passaggi del provvedimento di chiusura dell'Indagine Conoscitiva condotta dall'Autorità IC41 - *Indagine conoscitiva sul settore audiovisivo*⁷ hanno posto l'accento su alcune criticità delle Linee Guida e, in particolare, in merito all'assenza della definizione dei pacchetti oggetto di gara, alla tempistica di assegnazione e alla definizione dei soggetti ammessi a partecipare. Gli operatori televisivi che hanno presentato

b) nella formazione dei singoli pacchetti la Lega Calcio Serie A tiene conto dello sviluppo tecnologico ed economico delle varie piattaforme e dell'evoluzione dei device. La predisposizione di offerte mirate alla singola piattaforma non deve essere però sostitutiva dell'offerta per le piattaforme storiche e a maggiore diffusione, in modo che non si determini una minore varietà di fornitori disponibili;

c) gli inviti a presentare offerte possono consentire - fissandone corrispettivi e prezzi di accesso - particolari forme di sfruttamento che prescindono dal tipo di piattaforma utilizzata;

d) l'offerta iniziale al mercato include, qualunque sia la modalità di vendita, un numero minimo di dirette pari al 50% degli eventi del Campionato di Serie A e, dalla sola fase degli ottavi di finale in poi, degli eventi della Coppa Italia. La Lega Calcio Serie A si riserva di destinare successivamente alla commercializzazione un numero diverso di dirette;

e) la commercializzazione consente la trasmissione in chiaro di immagini salienti in differita e di immagini correlate tra cui le interviste;

f) in caso di vendita per piattaforma, la commercializzazione degli eventi del Campionato di Serie A include più pacchetti di diritti audiovisivi riservati a diverse piattaforme, ma la Lega Calcio Serie A non è tenuta a predisporre più pacchetti per ciascuna piattaforma. In ogni caso, un singolo operatore non può acquisire in esclusiva tutti i diritti di trasmissione degli eventi in diretta su tutte le piattaforme;

g) in caso di vendita "per prodotto" o in caso di vendita con entrambe le modalità (per piattaforma e per prodotto) la commercializzazione degli eventi del Campionato di Serie A include più pacchetti di diritti audiovisivi, dei quali minimo due pacchetti per trasmissioni in diretta, con divieto per un singolo operatore di acquisire in esclusiva tutti i pacchetti contenenti le dirette;

h) ai sensi dell'art. 7, comma 8, del D.Lgs. 9/08, per gli eventi di Coppa Italia, Supercoppa Italiana e Competizioni Primavera la Lega Calcio Serie A può commercializzare anche un solo pacchetto per trasmissioni in diretta;

i) quanto alle interviste ai tesserati, verrà predisposta una disciplina che valorizzi i contributi diretti dei protagonisti degli eventi;

j) l'equilibrio dei pacchetti tra contenuto dei diritti audiovisivi offerti e relativo prezzo minimo è individuato secondo ragionevolezza, tenendo conto della necessità di formare pacchetti commercialmente interessanti, anche in termini di audience e appetibilità, per gli operatori della comunicazione, anche in relazione alle aspettative degli utenti, se persone fisiche o pubblici esercizi, e alle modalità tecniche di fruizione degli eventi, fermo restando che i pacchetti possono essere tra loro di diverso contenuto e di diverso valore economico, il tutto al fine di favorire la competizione tra operatori e permettendo a più operatori di proporre al pubblico gli eventi di maggiore interesse che costituiscono per loro un driver competitivo fondamentale. Nel caso di pacchetti per prodotto, ad esempio, l'equilibrio dovrà essere ottenuto considerando l'ambito di estensione dell'esclusiva e le caratteristiche degli eventi – quali il grado di appetibilità degli stessi, definita, ad esempio, in relazione al seguito dei club che vi partecipano o alla data e ora di trasmissione e alla presenza contemporanea di altri eventi;

k) è prevista la riserva a favore delle società sportive dei diritti di cui ai paragrafi 49 e 50 delle presenti Linee Guida;

l) gli Inviti a presentare Offerte contengono l'indicazione se la Lega Calcio Serie A mette il segnale audiovisivo degli eventi a disposizione degli assegnatari dei diritti audiovisivi o se, e per quali eventi, la produzione audiovisiva dello stesso segnale è a carico dei medesimi assegnatari;

m) agli assegnatari di determinati pacchetti può essere conferito il diritto di fruire di integrazioni delle immagini degli eventi e/o di accedere a particolari modalità produttive;

n) verrà predisposta una disciplina per gli sfruttamenti pubblicitari concessi agli assegnatari. È fatta salva la facoltà della Lega Calcio Serie A e delle società sportive di dare autonomamente corso, nel rispetto della normativa applicabile, a sfruttamenti pubblicitari non espressamente concessi agli assegnatari;

o) il sistema sopra configurato tende a:

- favorire gli investimenti per l'acquisizione dei diritti, ridurre il rischio che alcuni pacchetti rimangano invenduti e

- aumentare il numero degli utenti/consumatori che possono fruire della visione degli eventi;

- andare incontro alle richieste dei consumatori/utenti".

⁷ Cfr. Provvedimento n. 26258 del 30 novembre 2016 di chiusura dell'indagine conoscitiva IC41 - *Indagine conoscitiva sul settore audiovisivo*, pubblicato su Boll. n. 46 del 27 dicembre 2016.

contributi hanno inoltre sottolineato l'assenza di giustificazioni circa alcuni costi richiesti per la produzione degli eventi attraverso piattaforma televisiva.

52. In merito all'assenza di definizione dei pacchetti oggetto di gara, gli operatori televisivi che hanno partecipato alla consultazione hanno manifestato i propri dubbi circa il contenuto delle Linee Guida in ragione della genericità della definizione dei pacchetti (articolo 8 delle Linee Guida) da porre in vendita. Viene evidenziato al riguardo che l'individuazione dei criteri che sottendono alla formazione dei pacchetti dei diritti audiovisivi esercitabili su base esclusiva sia decisiva per garantire un'effettiva concorrenza tra gli operatori televisivi dal momento che i medesimi influiscono in modo determinante sulle strategie commerciali e pubblicitarie che gli stessi operatori possono mettere in campo.

53. Tuttavia, si rileva che i criteri fissati al par. 24 delle Linee Guida non siano conformi agli *standard* di bilanciamento tra le offerte richiesto dall'art. 8 del Decreto, in quanto gli stessi non sono atti a impedire la costituzione di pacchetti commercialmente sproporzionati tra di loro sul piano quantitativo e qualitativo.

54. Il rischio di costituire pacchetti di qualità sensibilmente differente da un punto di vista commerciale assume una particolare rilevanza nel caso di vendita di pacchetti per piattaforma in quanto la Lega Serie A può astrattamente predisporre un pacchetto di particolare valore commerciale e contenutistico per una piattaforma e più pacchetti di valore diverso per un'altra. Benché sia prevista la c.d. *no single buyer rule* non si impedirebbe ad un singolo operatore di ottenere in esclusiva i pacchetti di maggiore pregio, che risultano essere quelli decisivi per il confronto competitivo.

55. Rispetto alla regola della *no single buyer rule*, un operatore televisivo ritiene critica la previsione secondo cui la Lega può scegliere quale pacchetto non assegnare all'operatore che abbia fatto la migliore offerta su tutti i pacchetti. Sarebbe invece necessario indicare *ex ante* con estrema chiarezza quali siano i pacchetti che non possono essere cumulati e, per evitare il cumulo di tutti i pacchetti in capo ad un singolo operatore, il criterio di scelta – qualunque esso sia – del pacchetto che non verrebbe assegnato. Analogamente, andrebbe specificato quali pacchetti posti in vendita siano da considerare ai fini della previsione di non assegnazione di tutti i pacchetti nel caso in cui le offerte presentate non permettano l'aggiudicazione dell'intero sistema di diritti audiovisivi esclusivi posti in vendita.

56. Inoltre, è stato rilevato che l'assenza di indicazioni in merito alla formazione dei pacchetti fa sì che – pur in presenza di un principio di *no single buyer rule* – possano essere agevolate pratiche di intese restrittive della concorrenza, a discapito di piattaforme non tradizionali. Al riguardo è stata richiamata l'articolazione dei pacchetti adottata dalla Lega Serie A per l'assegnazione dei diritti nel triennio 2015/2018. In tale occasione, la Lega Serie A ha predisposto due pacchetti comprensivi di diritti di trasmissione delle partite di calcio della Serie A delle 8 squadre di calcio più popolari - distinti per ciascuna tecnologia tradizionale - non prevedendo alcun pacchetto *stand-alone* di tali diritti per le piattaforme non tradizionali, quali la IPTV o mobile. Quest'ultime sono infatti state offerte congiuntamente ad una delle due piattaforme tradizionali.

57. In tema di eccessiva discrezionalità nelle assegnazioni, in alcuni contributi si rileva che, secondo le Linee Guida, la Lega Calcio può stabilire ulteriori divieti nelle assegnazioni, asseritamente volti ad impedire la formazione di posizioni dominanti. Inoltre, si ritiene eccessivamente indeterminata la norma in tema di non accettazione delle offerte di due o più

operatori imputabili ad un unico centro decisionale e non si ritengono sufficienti le previsioni dettate in tema di offerte condizionate.

58. Per ciò che concerne la definizione degli operatori di comunicazione ammessi a partecipare alla gara, in sede di consultazione è stata più volte richiamata l'esigenza di una chiara definizione di tale soggetto e dell'intermediario indipendente.

59. Inoltre, è stata evidenziata l'opportunità che il termine entro il quale la Lega Serie A deve assegnare i diritti, una volta ricevute le offerte, sia breve e certo, indicando la corretta composizione dei votanti dell'assemblea.

60. In ordine ai diritti invenduti, è stata considerata necessaria una valutazione *ex ante* delle modalità di esercizio dei diritti eventualmente rimasti invenduti, del ruolo assunto dall'advisor e dell'indipendenza di questo rispetto alle società sportive e rispetto ai partecipanti alla gara.

61. In merito alla produzione audiovisiva, nei contributi presentati da alcuni operatori televisivi è stato osservato il sensibile aumento delle telecamere necessarie alla trasmissione, che comporteranno un aumento sensibile dei costi di produzione audiovisiva, richiedendo una revisione degli *standard* richiesti. Inoltre, i prezzi di accesso al segnale di ciascun evento vengono pagati per ciascuna piattaforma. Quindi, nel caso in cui un soggetto trasmetta su più piattaforme, anche acquisendo una sola volta il segnale, dovrà remunerare la Lega Serie A per ciascuna piattaforma. Si tratta dell'attribuzione di un costo ulteriore che non ha alcuna giustificazione economica rispetto ai costi di accesso al segnale, che sono unici.

V. VALUTAZIONI

62. Ai sensi dell'articolo 6, comma 1, del Decreto, le Linee Guida devono prevedere regole in materia di offerta e di assegnazione dei diritti audiovisivi, criteri in materia di formazione dei relativi pacchetti e ulteriori regole in modo da garantire ai partecipanti alle procedure competitive condizioni di assoluta equità, trasparenza e non discriminazione.

63. In questa sede, l'Autorità è chiamata a esaminare le Linee Guida ai fini dell'approvazione, previo accertamento, per i profili di competenza, della conformità delle stesse ai principi e alle disposizioni del Decreto stesso (articolo 6, comma 6, del Decreto).

64. Ciò premesso, le valutazioni che seguono lasciano impregiudicata la facoltà dell'Autorità di vigilare sulla corretta applicazione del Decreto e delle Linee Guida, avvalendosi dei poteri di cui alla legge 10 ottobre 1990, n. 287 (articolo 20 del Decreto).

65. Nel merito delle valutazioni, giova sottolineare che, a prescindere dalla qualificazione privata o pubblica del soggetto banditore e degli obiettivi dei singoli partecipanti, la correttezza nello svolgimento della gara e la regolarità nell'assegnazione dei diritti audiovisivi per la trasmissione di eventi sportivi non possono intendersi come mero presidio della regolarità formale della gara, ma sono richiesti dal legislatore al fine di salvaguardare esigenze sostanziali di concorrenza sia statica che dinamica. Infatti, solo la garanzia di un confronto competitivo reale ed effettivo è in grado di allocare in modo corretto i diritti, ingenerando al contempo negli operatori economici la certezza che corrette dinamiche competitive consentano di acquisire *input* decisivi per lo svolgimento dell'attività nei mercati di riferimento sulla base di un confronto basato sul merito.

66. Nella prospettiva sopra rilevata, emergono alcune criticità nelle Linee Guida, evidenziate peraltro anche in singoli contributi alla consultazione pubblica, che attengono alla regole di gara,

al rapporto fra la Lega ed il soggetto assegnatario dei diritti e alla formazione dei pacchetti e ai criteri per la loro articolazione.

67. In merito alle regole di gara, risultano innanzitutto carenti le indicazioni circa i soggetti che possono partecipare alle procedure di assegnazione, consentendo alla Lega Serie A di richiedere caratteristiche soggettive tali da discriminare gli operatori stabiliti nello Spazio Economico Europeo anche se essi siano dotati di idoneo titolo abilitativo rilasciato da un altro Stato Membro diverso dall'Italia.

68. Inoltre, anche alla luce delle problematiche che si sono palesate in precedenti gare per l'assegnazione dei diritti audiovisivi in oggetto, risultano del tutto carenti regole e procedure che conducano a un'assegnazione dei diritti che rappresenti l'esito fedele delle offerte presentate dai partecipanti.

69. In tale prospettiva, si osserva che non si rinviene alcuna previsione circa l'obbligo di una formale definizione della graduatoria operata da parte di un soggetto terzo sulla base del valore delle offerte presentate, immediatamente successiva all'apertura delle buste. Inoltre, non è previsto che si proceda contestualmente ad un'assegnazione provvisoria, secondo quanto dettato dai principi generali in tema di gare. Risulta infine carente l'indicazione di una tempistica certa e ridotta, anche rispetto alla deliberazione dell'assemblea, intercorrente tra l'apertura delle buste e l'assegnazione finale tale da evitare un irragionevole protrarsi della decisione sull'assegnazione stessa.

70. Per quanto concerne il rapporto fra la Lega Serie A e il soggetto assegnatario dei diritti, si ritiene che attribuisca un potere dal contenuto indeterminato e non tipizzato la previsione delle Linee Guida secondo cui, nel caso di assegnazione ad un intermediario indipendente, i contratti debbano contenere il diritto discrezionale per la Lega Serie A di risolvere l'assegnazione al licenziatario e di subentrare nei suddetti contratti qualora le condizioni patrimoniali dell'intermediario indipendente siano divenute tali da porre in evidente pericolo il conseguimento della controprestazione, salvo che sia prestata idonea garanzia.

71. Si rileva altresì che i costi di accesso al segnale, la cui disciplina è demandata all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ai sensi dell'art. 4, comma 7, del Decreto, dovrebbero essere orientati all'effettivo costo di realizzazione, in modo da evitare una duplicazione degli stessi tale da determinare una misura eccessivamente sproporzionata e gravosa, anche alla luce dei nuovi *standard* tecnici richiesti per la realizzazione della produzione televisiva dell'evento.

72. Le criticità evidenziate impediscono l'approvazione delle Linee Guida per le stagioni 2018/2019, 2019/2020 e 2020/2021, nella misura in cui risultano non rispondenti ai principi indicati nell'articolo 6 del Decreto Melandri volti a garantire ai partecipanti alle procedure competitive "*condizioni di assoluta equità, trasparenza e non discriminazione*".

73. In merito ai pacchetti e alla loro articolazione, giova in via preliminare osservare che, nella prospettiva di garantire il corretto svolgimento delle procedure competitive, l'organizzatore della competizione è tenuto a predeterminare – in conformità ai principi e alle disposizioni del Decreto Melandri – linee guida che contengano criteri in materia di formazione dei relativi pacchetti in modo da garantire ai partecipanti alle procedure competitive previste per l'assegnazione dei diritti condizioni di equità, trasparenza e non discriminazione.

74. In tema di criteri per la formazione dei pacchetti – elemento di contenuto necessario nelle Linee Guida ai sensi dell'articolo 6, comma 1, del Decreto – nelle Linee Guida la Lega Calcio si

limita a proporre tre modalità di vendita alternative, vale a dire (i) per piattaforma, (ii) per prodotto o (iii) “misto”, che consistono in tutte le modalità di vendita possibili previste dal Decreto stesso. Per ciascuna di tale tipologia di vendita sono indicati dei criteri di vendita generici, quali ad esempio il numero minimo di dirette da commercializzare (pari al 50% del Campionato di Serie A e delle fasi finali della Coppa Italia, v. *supra*) e il numero minimo di pacchetti che possono essere predisposti per ciascuna modalità. Inoltre, le Linee Guida indicano che i pacchetti saranno equilibrati, benché questi possano avere diverso contenuto e diverso valore economico.

75. Inoltre, secondo quanto emerge dalla succitata risposta della Lega Serie A alla richiesta di chiarimenti del 21 dicembre 2016, si osserva che la definizione dei pacchetti è rinviata alla pubblicazione dell’avvio delle procedure competitive sul sito della Lega. Infatti, la Lega Serie A ritiene che la conoscenza *ex ante* dei criteri da parte degli operatori di comunicazione potrebbe comportare una distorsione concorrenziale.

76. Sul punto, si osserva che un maggior dettaglio nell’individuazione dei pacchetti e delle regole di gara rappresenta, al contrario, uno stimolo alla partecipazione alla gara e al confronto competitivo, secondo i principi dettati dal Decreto Melandri. Ne consegue che, dalla lettura delle Linee Guida non è possibile verificare che la definizione dei pacchetti, operata successivamente dalla Lega Calcio, sia idonea a garantire ai partecipanti alle procedure competitive esperite dalla Lega Serie A condizioni di equità, trasparenza e non discriminazione, tali da non compromettere la concorrenza nei mercati televisivi e radiofonici, per i quali i diritti audiovisivi della massima serie calcistica italiana si configurano come un elemento primario, se non essenziale.

77. Infatti, come prospettato nella richiesta di chiarimenti dell’Autorità del 21 dicembre 2016 ed osservato anche da tutti gli operatori nei contributi alla consultazione pubblica, occorre definire con precisione i criteri di formazione dei pacchetti da porre in vendita al fine di poter assolvere ai compiti di approvazione *ex ante* attribuiti dal Decreto. In particolare, in assenza di una definizione dettagliata dei pacchetti di diritti, non si ritiene che i principi generali presenti nelle Linee Guida siano in grado di garantire un equilibrio tale da preservare la concorrenza tra gli operatori di mercato.

78. Ne consegue che non è possibile stabilire, o escludere, se le regole di assegnazione siano in grado di impedire la costituzione di pacchetti commercialmente sproporzionati tra di loro sul piano quantitativo e qualitativo. Tale sproporzione, inoltre, può astrattamente comportare una differenziazione tale da non permettere una efficace concorrenza nei mercati a valle e, nello specifico, nel mercato della *pay-tv*.

79. La genericità che connota i criteri di predisposizione dell’offerta non permette di verificare che i pacchetti siano equilibrati secondo quanto richiesto dall’articolo 8 del Decreto Melandri⁸ e di verificare che l’effettiva predisposizione delle offerte possa favorire il confronto competitivo e

⁸ “Articolo 8 - Offerta dei diritti audiovisivi e formazione dei pacchetti

1. L'organizzatore della competizione e' tenuto ad offrire i diritti audiovisivi mediante più procedure competitive, ai fini dell'esercizio degli stessi per singola piattaforma ovvero mettendo in concorrenza le diverse piattaforme, ovvero con entrambe le modalità'.

2. Nell'ipotesi in cui vengano messe in concorrenza diverse piattaforme, l'organizzatore della competizione e' tenuto a predisporre più pacchetti.

3. L'organizzatore della competizione deve predisporre pacchetti tra loro equilibrati in modo da garantire la presenza, in ciascuno di essi, di eventi della competizione di elevato interesse per gli utenti.

4. L'organizzatore della competizione fissa il prezzo minimo di ciascun pacchetto al di sotto del quale previa comunicazione all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, può decidere di revocare l'offerta”.

l'ingresso di nuovi operatori anche attraverso nuove piattaforme trasmissive. In tale contesto, non si può non osservare che, nell'esperienza di altri Paesi europei, tali valutazioni sono state effettuate prendendo in esame preventivamente tutte le informazioni rilevanti circa i pacchetti, quali il numero di eventi, le fasce orarie in cui sono disputate le partite o la tipologia delle squadre incluse nei singoli pacchetti sotto il profilo del prestigio sportivo e del bacino di seguito.

80. In secondo luogo, l'assenza di indicazioni puntuali attribuisce alla Lega Serie A una eccessiva discrezionalità su come formulare gli inviti a offrire e i pacchetti di diritti, demandando a quest'ultima valutazioni che attengono ad una fase di approvazione *ex ante*. Inoltre, particolarmente critica è la previsione che permette alla Lega Serie A di poter destinare successivamente alla commercializzazione un numero diverso di dirette, andando a modificare ingiustificatamente il numero di eventi successivamente alla gara.

81. Dall'insufficiente definizione dei criteri di formazione dei pacchetti da porre in vendita, discendono ulteriori criticità rispetto ad alcune regole in materia di offerta e di assegnazione, che appaiono in contrasto con quanto previsto dall'articolo 6, comma 1, del Decreto Melandri. Infatti, in assenza di una indicazione dei pacchetti, le Linee Guida non indicano con adeguato dettaglio: (i) quali sono i pacchetti che possono rilevare ai fini dell'applicazione della c.d. *no single buyer rule*; (ii) quali sono i pacchetti che non possono essere assegnati ad un medesimo soggetto perché determinerebbero una sproporzione lesiva della concorrenza nei mercati a valle (e, in particolare, del mercato della *pay-tv*); (iii) quali sono i pacchetti che rientrano nella definizione di sistema dei diritti audiovisivi esclusivi, che rileva nel caso di annullamento della procedura competitiva per tutti i pacchetti. In assenza di indicazioni puntuali sui descritti punti, non risulta possibile effettuare una valutazione circa l'idoneità delle regole in materia a escludere l'acquisizione da parte di un soggetto di un ammontare di diritti tale da pregiudicare la concorrenza nel mercato a valle. Infine, alla luce dell'assenza di una definizione certa dei pacchetti e delle regole di assegnazione, risulta parimenti critica la previsione di cui al paragrafo 24, lettera b), richiamato anche dal paragrafo 34 delle Linee Guida. Tale previsione sembra prevedere una preferenza a favore delle piattaforme storiche nell'assegnazione, nella misura in cui stabilisce che la predisposizione di offerte mirate alla singola piattaforma non deve comunque escludere l'offerta per le piattaforme storiche e a maggiore diffusione.

82. Le criticità sopra illustrate rispetto alle regole di gara e al rapporto fra Lega Serie A e soggetto assegnatario dei diritti, unite all'assenza di informazioni essenziali riguardo alla formazione dei pacchetti e alla loro articolazione, pertanto, non consentono di svolgere una valutazione compiuta di corrispondenza del contenuto delle Linee Guida alla normativa nazionale e comunitaria *antitrust* e al Decreto Melandri. Peraltro, l'approvazione delle Linee Guida così definite potrebbe pregiudicare un efficace e tempestivo intervento dell'Autorità, ai sensi della Legge n. 287/90 e del TFUE, successivo all'approvazione delle Linee Guida.

83. Alla luce delle considerazioni svolte, pertanto, si ritiene che, ai sensi dell'articolo 6, ultimo comma, del Decreto Legislativo 9 gennaio 2008, n. 9, recante "*Disciplina della titolarità e della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi e relativa ripartizione delle risorse*", le Linee Guida non possano essere approvate neanche nella versione da ultimo trasmessa in data 23 gennaio 2017, non incidendo le modifiche ivi contenute, su profili di criticità sopra illustrati.

CONSIDERATO che le Linee Guida presentano in tema di regole per la procedura di gara e di rapporto fra la Lega Serie A e soggetto assegnatario disposizioni in contrasto con i principi di cui all'articolo 6, comma 1, del Decreto Legislativo 9 gennaio 2008, n. 9.

CONSIDERATO che, alla luce della genericità con cui i criteri di formazione dei pacchetti sono presentati nelle Linee Guida, non è possibile esprimere alcuna valutazione di conformità dei medesimi alle previsioni del Decreto Legislativo 9 gennaio 2008, n. 9, e alla Legge 10 ottobre 1990, n. 287.

CONSIDERATO in particolare che, in difformità a quanto previsto dall'articolo 6 del Decreto Melandri in merito alle necessità di garantire ai partecipanti alle procedure competitive "*condizioni di assoluta equità, trasparenza e non discriminazione*", i criteri di formazione dei pacchetti presenti nelle Linee Guida non presentano il contenuto minimo necessario per valutare se essi consentano di garantire un equilibrio concorrenziale nell'acquisizione dei diritti in esame e nei mercati audiovisivi collegati.

RITENUTO, pertanto, che, per le ragioni esposte in motivazione, non sussistono le condizioni per approvare le Linee Guida in esame ai sensi dell'articolo 6, comma 6, del Decreto Legislativo n. 9/08;

DELIBERA

di non approvare, ai sensi dell'articolo 6, comma 6, del Decreto Legislativo n. 9/08 le Linee Guida della Lega Serie A depositate in data 30 novembre 2016 e nella versione da ultimo inviata in data 23 gennaio 2017, aventi ad oggetto la commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi relativi alle seguenti competizioni nazionali di calcio, organizzate dalla Lega Serie A per le stagioni 2018/19, 2019/20, 2020/21: Campionato di Serie A, Coppa Italia, Supercoppa, Campionato Primavera, Coppa Italia Primavera, Supercoppa Primavera;

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e sarà pubblicato nel bollettino dell'Autorità.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chieppa

f.f. IL PRESIDENTE
Gabriella Muscolo

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS10572 - CASELLARIO UNICO TELEMATICO IMPRESE

Provvedimento n. 26336

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'11 gennaio 2017;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la Parte II, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*" e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Sig. Di Stadio Antonio, titolare dell'impresa individuale Casellario Unico Telematico Imprese di Di Stadio Antonio (di seguito, CASELLARIO UNICO), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo. Tale impresa gestisce un portale multimediale accessibile tramite il sito internet www.casellariounicotelematicoimprese.com, in cui è inserito, tra l'altro, un *database* contenente alcuni dati relativi ad imprese attive in Italia, ivi comprese anche le microimprese di cui all'art. 18, comma 1, lettera *d-bis*), del Codice del Consumo, che il professionista raccoglie mediante l'attuazione di un sistema di promozione finalizzato alla vendita di spazi pubblicitari a pagamento.

Dalla visura camerale risulta che l'impresa ha iniziato la propria attività in data 15 settembre 2015.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. La pratica commerciale posta in essere da CASELLARIO UNICO consiste nell'aver iscritto, unilateralmente e a loro insaputa, i dati aziendali di imprese italiane in un *database* - presente online sul sito internet www.casellariounicotelematicoimprese.com - al solo fine di promuovere un abbonamento a pagamento ad un servizio di promozione delle principali informazioni aziendali via internet.

3. Sulla base di quanto evidenziato in varie richieste di intervento pervenute a decorrere dal marzo 2016 da parte della Camera di Commercio di Venezia, Rovigo, Delta Lagunare, della Camera di Commercio di Firenze, del Codacons Marche nonché di alcune imprese, incluse le microimprese ex art. 18, comma 1, lettera *d-bis*), del Codice del Consumo, è emerso l'invio a numerose imprese di piccola e media dimensione localizzate in diverse Regioni italiane di uno stampato che include anche un bollettino postale precompilato.

4. Nello specifico, la proposta commerciale oggetto di contestazione comprende - oltre al bollettino postale precompilato - uno stampato sul cui margine sinistro è indicato “*Casellario Unico Telematico Imprese*”, nonché le seguenti diciture: “*Imprese settori commercio industria artigianato e agricoltura*” e “*Rilascio certificato di adesione con codice di attribuzione*”.

Nella parte destra dello stampato, in un apposito riquadro, è indicato “*il versamento è da effettuarsi entro il*” seguito da una data specifica per ogni impresa destinataria del bollettino postale.

Sempre nella parte destra, infine, con minor evidenza grafica, sono riportate alcune informazioni inerenti il contenuto dell’offerta di Casellario Unico. In particolare è indicato, tra l’altro, quanto segue: “[...] *Il pagamento si rende obbligatorio per essere inseriti nella sezione mediatica del casellario Unico Telematico Imprese comparire sul relativo sito Web e ottenere il rilascio della certificazione attestante l’adesione e il numero di codice attribuito. [...]*”.

Il bollettino postale prestampato accluso allo stampato reca, quindi, vari dati precompilati afferenti la denominazione sociale e l’indirizzo della sede dell’impresa destinataria, il relativo codice fiscale o partita IVA, l’importo da versare attualmente pari a 298,29 euro.

Le condizioni generali di contratto sono riportate solo nella parte retrostante dello stampato.

5. L’invio di tale bollettino è avvenuto, in particolare, a seguito dell’iscrizione o annotazione delle microimprese nel registro delle imprese le quali, pertanto, hanno consapevolezza di dover assolvere ad obblighi, di natura anche pecuniaria, in favore della competente Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura (di seguito, anche CCIAA) e/o di altro organismo pubblico.

6. Il versamento della somma citata non è, tuttavia, correlato in alcun modo con la corresponsione del diritto camerale o di altro importo preteso da una Pubblica Amministrazione, avendo quale scopo esclusivo la promozione dell’acquisto di uno spazio pubblicitario sul portale multimediale del professionista, dove l’account dell’impresa è inserito all’interno della banca dati telematica presente nella sezione “*Iscritti*” del sito internet www.casellariunicotelematicaimprese.com.

7. La circostanza che Casellario Unico presenti come obbligatorio il versamento da eseguire a suo favore sia tramite configurazione grafica che mediante alcune informazioni contenute nel citato bollettino postale, nonché la rilevanza accordata al fatto che tale versamento sia dovuto dalle ditte iscritte alle CCIAA, rende la comunicazione commerciale in questione idonea a condizionare indebitamente il processo decisionale dei destinatari, inducendoli artatamente a sottoscrivere un abbonamento oneroso di durata annuale, non richiesto, che non avrebbero altrimenti acquistato.

8. Le specifiche modalità impiegate dal professionista per promuovere la proposta commerciale di cui trattasi, ostacolano inoltre l’esercizio del diritto di recesso, in quanto la tecnica di instaurazione del rapporto contrattuale impedisce alle microimprese di avvalersi di tale diritto.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L’iter del procedimento

9. In relazione alle condotte sopra descritte, in data 26 settembre 2016 è stato comunicato alla Parte l’avvio del procedimento istruttorio n. PS10572 per possibile violazione degli articoli 20, 24, 25, comma 1, lettera d), e 26, comma 1, lettera f), del Codice del Consumo.

10. In sede di avvio del procedimento è stata ipotizzata l'idoneità delle condotte commerciali di CASELLARIO UNICO ad esercitare un indebito condizionamento tale da limitare la volontà delle imprese destinatarie, spingendole in particolare ad attivarsi al pagamento dell'importo richiesto sulla scorta del timore di violare precisi obblighi legali connessi alla necessaria inclusione dei loro dati aziendali in un registro di un Ente pubblico.

11. Al professionista, contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento, è stata anche trasmessa una richiesta di informazioni formulata ai sensi dell'art. 12, comma 1, del Regolamento, in merito, tra l'altro, a: i) i criteri con cui sono stati individuati i termini evidenziati nella lettera entro cui le microimprese italiane dovrebbero effettuare il versamento dell'importo indicato nel bollettino postale prestampato; ii) i criteri con cui sono state selezionate le imprese e le microimprese italiane a cui è stata inviata l'offerta del professionista; iii) le fonti informative impiegate da CASELLARIO UNICO al fine di reperire i dati commerciali afferenti le microimprese contattate; iv) il numero, l'elenco e l'attività economica delle imprese italiane che hanno sottoscritto la proposta commerciale, precisando la data dell'abbonamento annuale alla banca dati on line dall'inizio dell'attività di CASELLARIO UNICO a tutt'oggi; v) le imprese che hanno pagato il servizio dall'inizio dell'attività ad oggi; vi) le imprese a cui CASELLARIO UNICO ha concesso il recesso a seguito della richiesta da loro presentata in tal senso; vii) le modalità concrete con cui le imprese hanno potuto concretamente esercitare il diritto di recesso contrattualmente previsto.

12. Il 23 novembre 2016 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1 del Regolamento, e venivano confermate le contestazioni nei confronti di CASELLARIO UNICO, in particolare ipotizzando, in relazione alla pratica commerciale sopra descritta, la possibile violazione degli articoli 20, 24, 25, comma 1, lettera d), e 26, comma 1, lettera f), del Codice del Consumo.

2) Le evidenze acquisite

13. Dai documenti in atti acquisiti nel corso del procedimento istruttorio è emerso che CASELLARIO UNICO svolge un'attività di raccolta e pubblicazione dei dati relativi alle imprese italiane operanti nei più svariate settori economici e localizzate in diverse Regioni italiane.

In particolare l'attività di raccolta è prestata senza che le imprese siano previamente informate circa il trattamento che il professionista intende fare dei loro dati.

14. In merito alla natura dei destinatari della pratica realizzata da CASELLARIO UNICO, va chiarito che il professionista pone in essere indistintamente la pratica commerciale descritta al punto II nei confronti di varie imprese di medie, piccole e micro dimensioni. La presenza di microimprese tra i destinatari della pratica commerciale in questione trova conforto nei documenti acquisiti agli atti del fascicolo istruttorio¹ che dimostrano tra i segnalanti la presenza di imprese di piccole dimensioni, nonché di dimensioni molto ridotte.

15. È emerso quindi che CASELLARIO UNICO ha diffuso, a decorrere dal settembre 2015 fino ad almeno novembre 2016, a imprese italiane di cui aveva previamente raccolto i dati, la comunicazione commerciale contestata in sede di avvio del procedimento, consistente in uno

¹ Cfr. doc. 1, 3, 4, 5, 6.

stampato e un bollettino postale precompilato finalizzato a un pagamento di un importo attualmente pari a 298,29 euro.

16. Occorre sottolineare come dal punto di vista temporale la trasmissione del bollettino postale in questione è avvenuto via posta sempre successivamente all'iscrizione o annotazione delle imprese destinatarie di tale comunicazione nel registro delle imprese e, dunque, a imprese consapevoli di dover assolvere ad obblighi anche di natura pecuniaria in favore della competente Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura (di seguito anche CCIAA).

17. Il pagamento dell'importo richiesto da parte dell'impresa destinataria di volta in volta considerata è finalizzato all'inserimento dei dati dell'impresa in uno spazio pubblicitario sul portale *web* multimediale del professionista, dove l'account dell'impresa viene inserito all'interno della banca dati telematica presente nella sezione "inserzionisti" del sito internet <http://www.casellariunicotelematicoimprese.com>. L'acquisizione a titolo oneroso dei dati aziendali è in linea di principio finalizzata ad offrire ad imprese neocostituite un'immediata visibilità commerciale, per via dell'inserimento sulla pagina *internet* dei loro dati, con possibilità di accesso di numerosi potenziali clienti.

L'iscrizione al citato portale *web* gestito da CASELLARIO UNICO ha un vincolo di durata annuale, decorrente dall'attivazione del servizio. Tale attivazione si instaura "in via automatica" dall'avvenuta conoscenza da parte del professionista dell'effettivo versamento dell'importo indicato nel bollettino postale prestampato.

18. La proposta commerciale di CASELLARIO UNICO non contiene una descrizione chiara del servizio di abbonamento proposto alle imprese destinatarie.

Lo stampato recante i dati aziendali dell'impresa destinataria della comunicazione commerciale è altresì contraddistinto da un timbro rotondo posto in sovraimpressione al cui interno è indicato "Commercio Artigianato Agricoltura Industria", come tale idoneo a fuorviare l'impresa destinataria in merito all'effettivo mittente della comunicazione ed a ingenerare il convincimento che si tratti di una comunicazione proveniente da un organismo pubblico.

19. Con riferimento alle concrete modalità di esercizio del diritto di recesso, da quanto si evince dalla documentazione in atti² con specifico riferimento alle informazioni contenute nelle condizioni generali di contratto apposte sul retro della comunicazione commerciale contestata (art. 7), le imprese possono esercitare tale facoltà entro dieci giorni dalla data riportata sulla proposta contrattuale e comunque non oltre la data di attivazione del servizio sul sito www.casellariunicotelematicoimprese.com inviando raccomandata con ricevuta di ritorno.

20. Da rilievi effettuati sul sito del professionista, alla data del 13 dicembre 2016, risultano iscritte all'interno della banca telematica di CASELLARIO UNICO ben 1.754 imprese localizzate in tutte le Regioni italiane³. Per ogni versamento eseguito tramite il bollettino postale precompilato, CASELLARIO UNICO incamera 298,29 euro.

3) Le argomentazioni difensive della Parte

21. La Parte non ha presentato alcuna memoria difensiva nel corso del procedimento.

² Cfr. doc. 16.

³ Cfr. doc. 16.

IV. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

22. Occorre osservare, in via del tutto preliminare, che la condotta in esame è idonea a pregiudicare il comportamento economico di imprese di piccola e media dimensione ivi incluse le microimprese poiché, dall'esame della documentazione in atti⁴, nonché dal tipo di condotta prestata da CASELLARIO UNICO, risulta che la pratica commerciale ha coinvolto anche quelle imprese che rivestono le caratteristiche di cui all'art. 18, comma 1, lettera *d-bis*), del Codice del Consumo⁵.

23. Nel merito occorre rilevare che CASELLARIO UNICO impernia la propria attività commerciale su un elemento centrale, costituito dal fatto che le imprese di nuova costituzione, che hanno recentemente assolto ai propri obblighi di iscrizione o annotazione nel Registro delle imprese, sono consapevoli degli obblighi camerali previsti ai sensi di legge, che possono venire in rilievo con riferimento all'inclusione dei propri dati aziendali nel registro pubblico in questione.

24. CASELLARIO UNICO nello svolgimento della propria attività aziendale, al fine di conseguire il proprio *business*, trasmette alle imprese neocostituite una comunicazione commerciale contenente un bollettino postale precompilato successivamente all'assolvimento da parte delle stesse dell'obbligo di iscrizione o annotazione nel registro delle imprese.

La natura commerciale della proposta commerciale non è palese.

25. Un elemento idoneo a fuorviare le imprese destinatarie in merito al contenuto della proposta commerciale è costituito dalla stessa denominazione sociale prescelta da parte dell'effettivo proponente - CASELLARIO UNICO - che evoca indirettamente un'attività connessa al registro delle imprese e, dunque, di rilievo pubblicistico.

26. Occorre rilevare che la pratica commerciale posta in essere da CASELLARIO UNICO è idonea a condizionare indebitamente il processo decisionale delle imprese destinatarie, comprimendone la libertà di scelta fino al punto di assumere una decisione commerciale che non avrebbero altrimenti preso.

Depongono in tal senso, in particolare, numerosi elementi quali, in primo luogo, la tempistica osservata nell'invio della proposta e l'impostazione grafica con cui tale comunicazione commerciale è presentata, in cui un ruolo predominante giocano sia espressioni come "*Rilascio certificato di adesione con codice di attribuzione*", sia la sovraimpressione di un timbro rotondo al cui interno è indicato "*Commercio Artigianato Agricoltura Industria*", nonché la marginalizzazione dei dati informativi del reale offerente, ossia l'impresa CASELLARIO UNICO.

Un altro elemento è costituito dalla presenza di un bollettino postale con dati precompilati afferenti l'impresa destinataria, incluso il codice fiscale o partita IVA, con l'importo da versare pari a 298,29 euro e la "*scadenza*" entro cui effettuare detto versamento con la relativa data specifica per ogni impresa contattata.

Ultimo elemento che depone nel senso sopra evidenziato è la sostanziale assenza di informazioni circa le caratteristiche del servizio realmente fornito.

⁴ Cfr. doc. 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 15.

⁵ L'art. 18, comma 1, lettera *d-bis*), del Codice del Consumo definisce le microimprese come "*entità, società o associazioni che, prescindere dalla forma giuridica, esercitano un'attività economica, anche a titolo individuale o familiare, meno di dieci persone e realizzando un fatturato annuo oppure un totale di bilancio annuo non superiori a due milioni di euro, ai sensi dell'art. 3, dell'allegato alla raccomandazione n. 2003/361/CE della Commissione, del 6 maggio 2003*".

27. Tali caratteristiche inducono le imprese a ritenere che il versamento dell'importo indicato nel bollettino - pari a 298,29 euro - ha per le imprese destinatarie carattere di adempimento obbligatorio, sicché tali imprese sono indebitamente portate a pagare l'importo richiesto al fine di non incorrere in eventuali conseguenze connesse all'inadempimento.

28. Alla luce dunque di quanto sin qui esposto, l'espedito dell'invio della comunicazione commerciale sopra descritta, inattesa e non richiesta, è suscettibile di indurre un indebito condizionamento del processo decisionale delle imprese destinatarie della proposta commerciale, integrando una violazione degli articoli 20, 24 e 25 del Codice del Consumo.

29. Con le modalità sopra descritte, che includono la trasmissione di un bollettino postale precompilato, si determina una richiesta immediata di pagamento per un servizio non richiesto, il che configura una pratica aggressiva *ex se* ai sensi dell'art. 26, comma 1, lettera f), del Codice del Consumo.

30. Il carattere aggressivo della pratica è inoltre dimostrato dal fatto che il professionista assume una condotta potenzialmente idonea a neutralizzare l'esercizio di recesso concesso contrattualmente alle imprese.

In ragione infatti del tipo e della natura dell'attività prestata dal professionista e dello strumento mediante il quale tale attività viene erogata, nonché alla luce delle modalità di pagamento concesse alle imprese destinatarie della proposta commerciale, costituito esclusivamente dal pagamento tramite un bollettino postale precompilato, l'esercizio di tale facoltà è sostanzialmente ostacolato. Tale facoltà, infatti, secondo quanto previsto dalle condizioni generali di contratto, potrebbe essere utilmente esercitata solo qualora la relativa richiesta fosse inoltrata prima dell'attivazione della pagina informatica da parte di CASELLARIO UNICO. In virtù del fatto che è ragionevole ritenere che il professionista sia in grado di prestare il servizio di natura informatica quasi contestualmente alla ricezione del pagamento della somma indicata nel bollettino, il meccanismo sopra descritto impedisce, di fatto, che le imprese possano sostanzialmente avvalersi della facoltà di ripensamento.

31. In conclusione, si ritiene che la condotta tenuta da CASELLARIO UNICO violi il disposto di cui agli articoli 20, 24, 25, comma 1, lettera d), e 26, comma 1, lettera f), del Codice del Consumo. Si ravvisa in particolare la contrarietà alla diligenza professionale di tale condotta nel fatto che il professionista procede all'invio della propria proposta commerciale facendo leva sul fatto che la recente iscrizione nel registro delle imprese fa sorgere l'obbligo, in capo alle imprese di nuova costituzione, di versare periodicamente alla competente CCIAA importi a titolo di oneri legali per il funzionamento di tale registro pubblico.

Va inoltre riscontrata la carenza di diligenza professionale di CASELLARIO UNICO nelle specifiche modalità con cui quest'ultimo realizza e veicola la propria comunicazione commerciale sia dal punto di vista grafico che temporale, che costituiscono espedienti di cui il professionista si avvale per condizionare indebitamente il processo decisionale delle imprese destinatarie di tale comunicazione, inducendole ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbero altrimenti preso.

V. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

32. Ai sensi dell'art. 27, comma 9 del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta una pratica commerciale scorretta l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

33. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'art. 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'art. 27, comma 13, del Codice del Consumo: in particolare della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa. Con riguardo a tale ultimo aspetto si evidenzia che l'impresa risulta aver iniziato la propria attività in data 15 settembre 2015 e che, allo stato, non risulta pubblicato alcun bilancio. Il volume di attività può essere ragionevolmente stimato in circa 523.200 euro, moltiplicando il numero di imprese iscritte nel *database* al 13 dicembre 2016 per l'importo unitario preteso dal professionista per ogni iscrizione.

34. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della diffusione sul territorio nazionale della pratica commerciale, in quanto nello svolgimento della propria attività il professionista ha iscritto, all'interno della propria banca telematica, numerose imprese con sede in diverse Regioni italiane.

La gravità della pratica si apprezza, infine, prendendo in considerazione il mezzo utilizzato per trasmettere la comunicazione commerciale alle imprese, costituito da una comunicazione postale suscettibile di raggiungere direttamente e personalmente i destinatari, le modalità insidiose di sottoscrizione dell'abbonamento annuale, nonché il significativo pregiudizio economico che discende dalla realizzazione di siffatta pratica commerciale, tenuto conto delle ridotte dimensioni economico-finanziarie delle imprese e microimprese e del fatto che le stesse, nella maggior parte dei casi, hanno appena intrapreso la propria attività d'impresa iscrivendosi alla competente Camera di Commercio nel momento in cui ricevono la comunicazione di CASELLARIO UNICO.

35. In merito alla durata della violazione, si osserva che dagli elementi disponibili acquisiti agli atti risulta che la pratica commerciale realizzata da CASELLARIO UNICO è stata posta in essere a decorrere dal settembre 2015 sino ad almeno novembre 2016⁶.

36. Sulla base di tali elementi si ritiene quindi di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile al Sig. Di Stadio Antonio, titolare dell'impresa individuale Casellario Unico Telematico Imprese di Di Stadio Antonio, nella misura di 50.000 € (cinquantamila euro).

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 24, 25, comma 1, lettera *d*), e 26, comma 1, lettera *f*), del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a condizionare indebitamente il comportamento economico delle imprese destinatarie, mediante l'invio non richiesto di una comunicazione commerciale contenente un bollettino postale precompilato con cui esigere in favore del professionista un versamento di importo pari a 298,29 euro;

⁶ Cfr. docc. nn. 12 e 13.

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dal Sig. Di Stadio Antonio, titolare dell'impresa individuale Casellario Unico Telematico Imprese di Di Stadio Antonio, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 24, 25, comma 1, lettera *d*), e 26, comma 1, lettera *f*), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare al Sig. Di Stadio Antonio, titolare dell'impresa individuale Casellario Unico Telematico Imprese di Di Stadio Antonio, una sanzione amministrativa pecuniaria di 50.000 € (cinquantamila euro).

La sanzione amministrativa irrogata deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997.

Il pagamento deve essere effettuato telematicamente con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home-banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito internet www.agenziaentrate.gov.it.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'art. 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio della documentazione attestante il versamento effettuato.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lettera b), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può

essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'art. 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE

Giovanni Pitruzzella

PS10575 - PORTALE IMPRESE

Provvedimento n. 26337

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'11 gennaio 2017;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la Parte II, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*" e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Portale Imprese S.r.l. (di seguito, anche "PORTALE IMPRESE"), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo. Tale società gestisce un portale multimediale accessibile tramite il sito internet <http://portaleimprese.org>, in cui è inserito, tra l'altro, un *database* contenente alcuni dati relativi ad imprese attive in Italia, ivi comprese le microimprese di cui all'art. 18, comma 1, lettera *d-bis*) del Codice del Consumo. Il professionista attua in particolare un sistema di promozione finalizzato alla vendita di spazi pubblicitari a pagamento tramite invio di specifiche comunicazioni comprensive di bollettini di pagamento precompilati.

Il fatturato realizzato da PORTALE IMPRESE nel 2015, da bilancio di esercizio chiuso al 31 dicembre 2015, è stato pari a 1.223.735 euro.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. La pratica commerciale posta in essere da PORTALE IMPRESE consiste nell'aver iscritto, unilateralmente e a loro insaputa, i dati aziendali di imprese italiane in un *database* - presente *online* sul sito internet <http://portaleimprese.org> - al solo fine di promuovere un abbonamento a pagamento ad un servizio di promozione delle principali informazioni aziendali via *internet*.

3. In particolare, sulla base di quanto indicato in varie richieste di intervento pervenute a decorrere dal dicembre 2015, trasmesse da parte della Camera di Commercio di Firenze, del Codacons Marche nonché di alcune imprese -, ivi incluse microimprese ex art. 18, comma 1, lettera *d-bis* del Codice del Consumo - nonché dalla documentazione in atti, è emerso che PORTALE IMPRESE invia a numerose imprese di piccola e media dimensione, localizzate in diverse Regioni italiane, uno stampato che include anche un bollettino postale precompilato.

4. Sul margine sinistro dello stampato è indicato "*iscrizione al portale web proposta alle ditte iscritte a Camera di Commercio, Industria, Agricoltura ed Artigianato (C.C.I.A.A.)*".

Nella parte destra dello stampato, con minor evidenza grafica, è indicato "*l'iscrizione proposta alle ditte iscritte a Camera di Commercio, Industria, Agricoltura ed Artigianato permette di*

usufruire dei servizi offerti [...] Vi preghiamo di controllare la dicitura esatta del testo a lato e di comunicare eventuali errori e/o cambiamenti per la corretta iscrizione al sito www.portaleimprese.org. [...]".

In tale stampato non è indicato lo scopo effettivo del pagamento richiesto.

Solo nella parte retrostante dello stampato sono contenute le condizioni generali di contratto.

5. Il bollettino postale prestampato reca vari dati precompilati afferenti la denominazione sociale e l'indirizzo della impresa destinataria, il relativo codice fiscale o partita iva, l'importo da versare pari a 268,40 euro e la "scadenza" entro cui effettuare tale versamento con relativa data, indicata con caratteri grafici in grassetto, specifica per ogni impresa contattata.

6. L'invio di tale comunicazione commerciale alle imprese citate avviene a seguito della loro iscrizione o annotazione nel registro delle imprese.

7. Il pagamento dell'importo appena citato non è, tuttavia, correlato in alcun modo con il versamento del diritto camerale annuale o di altro importo preteso da una Pubblica Amministrazione, avendo il solo scopo di promuovere l'acquisto di uno spazio pubblicitario sul portale multimediale del professionista, dove l'account della microimpresa viene inserito all'interno della banca dati telematica presente nella sezione "Iscritti" del sito internet <http://portaleimprese.org>.

Il fatto che PORTALE IMPRESE presenti come obbligatorio il versamento da eseguire a suo favore sia tramite configurazione grafica, che mediante alcune informazioni contenute nel citato bollettino postale, nonché la rilevanza accordata al fatto che tale versamento sia dovuto dalle ditte iscritte alle CCIAA, rende la comunicazione commerciale in questione idonea a condizionare indebitamente il processo decisionale dei destinatari, inducendoli artatamente a sottoscrivere un abbonamento oneroso di durata annuale, non richiesto, che non avrebbero altrimenti acquistato.

Le specifiche modalità impiegate dal professionista per promuovere la proposta commerciale di cui trattasi, sono inoltre idonee ad ostacolare l'esercizio del diritto di recesso, contrattualmente previsto, in quanto la tecnica di instaurazione del rapporto contrattuale impedisce sostanzialmente alle microimprese di avvalersi di tale diritto.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

8. In relazione alle condotte sopra descritte, in data 27 settembre 2016 è stato comunicato alla Parte l'avvio del procedimento istruttorio n. PS10575 per possibile violazione degli articoli 20, 24, 25, comma 1, lettera d), e 26, comma 1, lettera f), del Codice del Consumo.

9. In sede di avvio del procedimento è stata ipotizzata l'ingannevolezza nonché l'idoneità delle condotte commerciali di PORTALE IMPRESE ad esercitare un indebito condizionamento tale da limitare la volontà delle imprese destinatarie, spingendole in particolare ad attivarsi al pagamento dell'importo richiesto sulla scorta del timore di violare precisi obblighi legali connessi alla necessaria inclusione dei loro dati aziendali in un registro di un Ente pubblico.

10. Al professionista, contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento inoltrata via pec, è stata anche trasmessa una richiesta di informazioni formulata ai sensi dell'art. 12, comma 1, del Regolamento in merito, tra l'altro, a: i) i criteri con cui sono stati individuati i termini evidenziati nella lettera entro cui le microimprese italiane dovrebbero effettuare il versamento

dell'importo indicato nel bollettino postale prestampato; ii) i criteri con cui sono state selezionate le imprese e le microimprese italiane a cui è stata inviata l'offerta della società; iii) le fonti informative impiegate da Portale Imprese S.r.l. al fine di reperire i dati commerciali afferenti le microimprese contattate; iv) il numero, l'elenco e l'attività economica delle imprese italiane che hanno sottoscritto la proposta commerciale, precisando la data dell'abbonamento annuale alla banca dati *on line* dall'inizio dell'attività di Portale Imprese S.r.l. a tutt'oggi; v) le imprese che hanno pagato il servizio dall'inizio dell'attività ad oggi; vi) le imprese a cui Portale Imprese S.r.l. ha concesso il recesso a seguito della richiesta da loro presentata in tal senso; vii) le modalità concrete con cui le imprese hanno potuto concretamente esercitare tale diritto di recesso.

11. In data 24 ottobre 2016 PORTALE IMPRESE ha effettuato l'accesso agli atti del fascicolo, a seguito di istanza di accesso presentata dal professionista e pervenuta in data 17 ottobre 2016.

12. In data 27 ottobre 2016 PORTALE IMPRESE, in risposta alla richiesta di avvio e contestuale richiesta di informazioni, ha inviato informazioni e memorie.

13. Il 15 novembre 2016 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1 del Regolamento e venivano confermate le contestazioni nei confronti di PORTALE IMPRESE, in particolare ipotizzando, in relazione alla pratica commerciale sopra descritta, la possibile violazione degli articoli 20, 24, 25, comma 1, lettera *d*), e 26 comma 1, lettera *f*), del Codice del Consumo.

14. In data 5 dicembre 2016 sono pervenute le memorie conclusive prodotte da Portale Imprese S.r.l..

2) Le evidenze acquisite

15. Dai documenti in atti acquisiti nel corso del procedimento istruttorio è emerso che PORTALE IMPRESE svolge un'attività di raccolta e pubblicazione dei dati relativi alle imprese italiane operanti nei più svariate settori economici e localizzate in diverse Regioni italiane.

In particolare l'attività di raccolta avviene senza che le imprese siano previamente informate circa il trattamento che il professionista intende fare dei loro dati.

16. Per quanto riguarda la natura dei destinatari della pratica realizzata da PORTALE IMPRESE, va chiarito che il professionista pone in essere indistintamente la pratica commerciale descritta al punto II nei confronti di varie imprese di medie, piccole e micro dimensioni. La presenza di microimprese tra i destinatari della pratica commerciale in questione trova conforto nei documenti acquisiti agli atti del fascicolo istruttorio¹ che dimostrano tra i segnalanti la presenza di imprese di piccole dimensioni, nonché di dimensioni molto ridotte, come tali riconducibili alla nozione di cui all'art. 18, comma 1, lettera *d-bis*) del Codice del Consumo.

17. È emerso quindi che PORTALE IMPRESE ha diffuso, a decorrere dal dicembre 2015 fino a tutt'oggi, a tali imprese italiane di cui aveva previamente raccolto i dati, la comunicazione commerciale contestata in sede di avvio del procedimento, consistente in uno stampato e un bollettino postale precompilato finalizzato a un pagamento di un importo attualmente pari a 268,40 euro.

18. Dal punto di vista temporale l'invio alle imprese della comunicazione commerciale in questione è avvenuto sempre, via posta ordinaria, successivamente all'iscrizione o annotazione

¹ Cfr. doc. 1, 3, 4, 5, 6.

delle imprese destinatarie di tale comunicazione nel registro delle imprese e, dunque, a imprese consapevoli di dover assolvere ad obblighi anche di natura pecuniaria in favore della competente Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura (di seguito anche CCIAA), anche secondo quanto evidenziato dallo stesso professionista².

19. Il pagamento dell'importo citato da parte dell'impresa destinataria, di volta in volta considerata, è finalizzato all'inserimento dei dati dell'impresa in uno spazio pubblicitario sul portale *web* multimediale del professionista, dove l'account dell'impresa viene inserito all'interno della banca dati telematica presente nella sezione "iscritti" del sito internet <http://portaleimprese.org>. L'acquisizione dunque a titolo oneroso dei dati aziendali consentirebbe in linea di principio ad imprese neocostituite un'immediata visibilità commerciale, per via dell'inserimento sulla pagina *internet* dei loro dati, con possibilità di accesso di numerosi potenziali clienti.

L'iscrizione al citato portale *web* gestito da PORTALE IMPRESE ha un vincolo di durata annuale, decorrente dall'attivazione del servizio la quale si instaura "automaticamente" dall'avvenuta conoscenza da parte del professionista dell'effettivo versamento dell'importo indicato nel bollettino postale prestampato.

20. Nell'ambito della proposta commerciale in questione non è presente alcuna descrizione chiara del servizio di abbonamento proposto alle imprese destinatarie.

21. Per quanto riguarda le concrete modalità di esercizio del diritto di recesso, da quanto si evince dalla documentazione in atti³ con specifico riferimento alle informazioni contenute nelle condizioni generali di contratto apposte sul retro della comunicazione commerciale contestata (art. 5), le imprese possono esercitare tale facoltà inviando una raccomandata; non è tuttavia previsto al riguardo alcun termine entro il quale esercitare tale diritto. L'eventuale rimborso viene eventualmente riconosciuto entro 30 giorni da PORTALE IMPRESE alle imprese istanti.

Dalla documentazione in atti emerge, inoltre, che PORTALE IMPRESE ha proceduto in alcuni casi a riconoscere il diritto di recesso a favore delle imprese istanti⁴.

3) Le argomentazioni difensive della Parte

22. Nella memoria pervenuta in data 27 ottobre 2016⁵ e nella memoria conclusiva pervenuta in data 5 dicembre 2016⁶, PORTALE IMPRESE ha inteso rappresentare in sintesi quanto segue.

23. La comunicazione contestata, poiché contenente riferimenti espressi alla finalità della proposta commerciale nonché la denominazione sociale di PORTALE IMPRESE in qualità di mittente, avrebbe gli elementi idonei a rendere chiaro il contenuto e la finalità della proposta inviata alle imprese destinatarie. Lo scopo commerciale e l'oggetto di tale comunicazione si evincerebbe peraltro dalle indicazioni contenute nel sito web di PORTALE IMPRESE e nella sezione "faq" presente in tale sito, ove sono riportate domande e risposte "tipo" a chiarimento dell'attività svolta dall'azienda.

² Cfr. doc. 13.

³ Cfr. doc. 13.

⁴ Cfr. doc. 13.

⁵ Cfr. doc. 13.

⁶ Cfr. doc. 15.

24. Con riguardo alle “condizioni generali di contratto” PORTALE IMPRESE nel riconoscere la grafica a caratteri ridotti utilizzata per riportare tali condizioni osserva che, generalmente, anche in altre proposte commerciali le condizioni generali sono espresse con caratteri grafici molto piccoli per evidenti esigenze di spazio.

25. Pur essendo il ricevimento della comunicazione commerciale inatteso e non richiesto da parte delle imprese destinatarie queste ultime, ad avviso di PORTALE IMPRESE, dovrebbero rendersi conto della natura esclusivamente commerciale della comunicazione in questione, attese le informazioni contenute nella stessa.

26. In merito alla tempistica osservata per l’inoltro della comunicazione commerciale alle imprese destinatarie, il professionista osserva che la comunicazione verrebbe inviata una volta ottenuti i dati aziendali dell’impresa destinataria⁷. Inoltre, il professionista precisa sul punto che qualora la proposta arrivi proprio al momento dell’iscrizione al Registro delle Imprese è perché l’iscrizione al sito *web* di PORTALE IMPRESE risulterebbe “*offerta ad aziende neo costituite*”.

27. Con riguardo al previsto esercizio di recesso il professionista puntualizza che tale esercizio sarebbe stato esercitato da varie imprese nei termini di quanto indicato nelle condizioni generali di contratto.

28. Infine, in merito alla contestata “aggressività” della proposta commerciale in questione, PORTALE IMPRESE sottolinea che non sarebbe stata mai attuata nei confronti delle imprese destinatarie alcuna coercizione, né sarebbe stato fatto ricorso ad alcuna forma di forza fisica o ricatto morale.

IV. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

29. In via preliminare va osservato che la condotta in esame è idonea a pregiudicare il comportamento economico di imprese di media e piccola dimensione ivi incluse le microimprese in quanto, dall’esame della documentazione in atti⁸ e dal tipo di attività prestata da PORTALE IMPRESE, risulta che tale pratica commerciale ha coinvolto anche quelle imprese che rivestono le caratteristiche di cui all’art. 18, comma 1, lettera *d-bis*), del Codice del Consumo⁹.

30. Per quel che riguarda il merito, occorre osservare che PORTALE IMPRESE impernia la propria pratica commerciale sul fatto che imprese di nuova costituzione, le quali hanno recentemente assolto ai propri obblighi di iscrizione o annotazione nel Registro delle imprese, sono consapevoli del carattere obbligatorio che assumono gli obblighi camerali normativamente imposti e che possono venire in rilievo in relazione all’inclusione dei propri dati aziendali nel registro pubblico di cui si tratta.

31. PORTALE IMPRESE, secondo quanto sopra rilevato, onde realizzare il proprio *business* trasmette alle imprese neo costituite una comunicazione commerciale contenente un bollettino

⁷ Cfr doc. 13.

⁸ Cfr. doc. 1, 3, 4, 5, 6.

⁹ L’art. 18, comma 1, lettera *d-bis*), del Codice del Consumo definisce le microimprese come “*entità, società o associazioni che, a prescindere dalla forma giuridica, esercitano un’attività economica, anche a titolo individuale o familiare, meno di dieci persone e realizzando un fatturato annuo oppure un totale di bilancio annuo non superiori a due milioni di euro, ai sensi dell’art. 3, dell’allegato alla raccomandazione n. 2003/361/CE della Commissione, del 6 maggio 2003*”.

postale precompilato, successivamente all'assolvimento da parte dei destinatari dell'obbligo di iscrizione o annotazione nel registro delle imprese.

La natura commerciale della proposta in questione non è palese.

La sua ricezione non richiesta e inattesa da parte delle imprese destinatarie, secondo quanto ammesso dallo stesso professionista¹⁰, nel particolare frangente temporale di cui si tratta, ossia immediatamente dopo l'iscrizione al Registro delle imprese, è un elemento su cui il professionista fa leva per condizionarne indebitamente il processo decisionale delle imprese stesse.

32. Occorre rilevare che la pratica commerciale attuata da PORTALE IMPRESE è idonea a condizionare indebitamente il processo decisionale delle imprese destinatarie, comprimendo la libertà di scelta imprenditoriale al punto che esse assumono una decisione commerciale che non avrebbero altrimenti preso.

Depongono in tal senso, in particolare, numerosi elementi quali, in primo luogo, la tempistica osservata nell'invio della proposta e l'impostazione grafica con cui tale comunicazione commerciale è presentata, in cui un ruolo predominante giocano sia espressioni come "*iscrizione al portale web proposta alle ditte iscritte a Camera di Commercio, Industria, Agricoltura e Artigianato (C.C.I.A.A.)*", sia la marginalizzazione dei dati informativi del reale offerente, ossia la società Portale Imprese S.r.l..

Un altro elemento è costituito dalla presenza di un bollettino postale con dati precompilati afferenti l'impresa destinataria, incluso il codice fiscale o partita IVA, con l'importo da versare pari a 268,40 euro e la "*scadenza*" entro cui effettuare detto versamento con la relativa data, indicata con caratteri grafici in grassetto, specifica per ogni impresa contattata.

Ulteriore elemento che depone nel senso sopra evidenziato è la sostanziale assenza di informazioni circa le caratteristiche del servizio realmente fornito.

33. Il processo decisionale delle imprese relativo alla scelta di effettuare o meno il pagamento risulta, in particolare, inciso negativamente dalle pregiudizievoli conseguenze economiche che le imprese in questione ricollegano implicitamente ad un eventuale mancato assolvimento di obblighi camerali normativamente previsti e logicamente posti in relazione all'iscrizione nel registro delle imprese.

34. Tali caratteristiche inducono le imprese a ritenere che il versamento dell'importo indicato nel bollettino - pari a 268,40 euro - abbia carattere di un adempimento obbligatorio in virtù della prospettiva costruita dal professionista nell'ambito della propria proposta commerciale, sicché tali imprese sono indebitamente portate a pagare l'importo richiesto al fine non incorrere in eventuali conseguenze connesse all'inadempimento.

35. Alla luce dunque di quanto sin qui esposto l'espedito dell'invio della comunicazione commerciale, inattesa e non richiesta, a seguito della recente iscrizione nel Registro delle imprese da parte di soggetti imprenditoriali di nuova costituzione, con le modalità e la tempistica concretamente utilizzati dal professionista per promuovere l'offerta del proprio servizio in abbonamento annuale, costituisce il fattore centrale per addivenire all'indebito condizionamento del processo decisionale delle imprese destinatarie della proposta commerciale, integrando una violazione degli articoli 20, 24 e 25 del Codice del Consumo.

¹⁰ Cfr. doc. 13.

36. Né vale a sanare la condotta scorretta il riferimento alla denominazione sociale di Portale Imprese S.r.l. in qualità di mittente, posto che tale riferimento è inserito con caratteri grafici compatti e in modo non evidente rispetto al contesto generale del messaggio, senza alcun rinvio che richiami l'attenzione dei destinatari.

37. Quanto alla possibilità per le imprese destinatarie della pratica commerciale contestata di ottenere indicazioni supplementari sulla proposta commerciale collegandosi al sito *web* di PORTALE IMPRESE ed alla sezione "*faq*" presente in tale sito, ove sono riportate domande e risposte "tipo" a chiarimento dell'attività svolta dall'azienda, così come richiamato dal professionista nelle memorie prodotte¹¹, occorre rilevare che l'errata presupposizione circa la natura del bollettino di versamento, insorta in virtù delle modalità e della tempistica con cui lo stesso è trasmesso, è tale da non indurre il destinatario a compiere ulteriori approfondimenti e, in ogni caso, la conoscenza degli elementi essenziali dell'offerta non può essere posposta ad un momento successivo rispetto a quello della diffusione del messaggio, atteso che l'esattezza e la completezza delle informazioni deve sussistere fin dal primo contatto dei consumatori con la proposta commerciale.

38. L'abbonamento annuale conseguito da PORTALE IMPRESE con le modalità sopra descritte - che includono la trasmissione di un bollettino postale precompilato - determina una richiesta immediata di pagamento per un servizio non richiesto il che configura una pratica aggressiva *ex se* ai sensi dell'art. 26, comma 1, lettera *f*) del Codice del Consumo.

39. Il carattere aggressivo della pratica è inoltre dimostrato dal fatto che il professionista assume una condotta potenzialmente idonea a neutralizzare l'esercizio di recesso concesso contrattualmente alle imprese.

In ragione infatti del tipo e della natura dell'attività prestata dal professionista e dello strumento mediante il quale tale attività viene erogata, nonché alla luce delle modalità di pagamento concesse alle imprese destinatarie della proposta commerciale, costituito esclusivamente dal pagamento tramite un bollettino postale precompilato, l'esercizio di tale facoltà è sostanzialmente ostacolato.

40. In primo luogo, si osserva che tale facoltà non è chiaramente prevista nella proposta commerciale, atteso che nelle condizioni generali di contratto non è neanche indicato il termine entro cui esercitare il recesso.

In secondo luogo, si rileva che il recesso potrebbe essere utilmente esercitato solo qualora la relativa richiesta sia inoltrata prima dell'attivazione della pagina informatica da parte di PORTALE IMPRESE. In virtù del fatto che è ragionevole ritenere che il professionista sia in grado di prestare il servizio di natura informatica quasi contestualmente alla ricezione del pagamento della somma indicata nel bollettino, il meccanismo sopra descritto costituisce, di fatto, un espediente per cercare di impedire che le imprese possano sostanzialmente avvalersi della facoltà di ripensamento.

Il fatto richiamato dal professionista nelle memorie prodotte che alcune imprese abbiano esercitato tale diritto non vale a scongiurare la scorrettezza e l'aggressività della pratica, posto che il meccanismo descritto configura e realizza comunque un mezzo volto a evitare che le imprese si avvalgano della facoltà di recesso.

41. In conclusione si ritiene che la condotta tenuta da PORTALE IMPRESE violi il disposto di cui agli articoli 20, 24, 25, comma 1, lettera *d*) e 26, comma 1, lettera *f*) del Codice del Consumo.

¹¹ Cfr. doc 13 e 15.

Si ravvisa in particolare la contrarietà alla diligenza professionale di tale condotta nel fatto che il professionista procede all'invio della propria proposta commerciale facendo leva sul fatto che la recente iscrizione nel registro delle imprese fa sorgere l'obbligo, in capo alle imprese di nuova costituzione, di versare periodicamente alla competente CCIAA importi a titolo di oneri legali per il funzionamento di tale registro pubblico.

La carenza di diligenza professionale va inoltre riscontrata nelle specifiche modalità con cui PORTALE IMPRESE realizza e veicola la propria comunicazione commerciale sia dal punto di vista grafico che temporale, che costituiscono espedienti di cui il professionista si avvale per condizionare indebitamente il processo decisionale delle imprese destinatarie di tale comunicazione, inducendole ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbero altrimenti preso.

V. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

42. Ai sensi dell'art. 27, comma 9 del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta una pratica commerciale scorretta l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

43. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'art. 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'art. 27, comma 13, del Codice del Consumo: in particolare della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

44. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della diffusione sul territorio nazionale della pratica commerciale, in quanto nello svolgimento della propria attività il professionista ha iscritto, all'interno della propria banca telematica, numerose imprese con sede nella maggior parte delle Regioni italiane.

La gravità della pratica si apprezza, inoltre, prendendo in considerazione il mezzo utilizzato per trasmettere la comunicazione commerciale alle imprese, costituito da una comunicazione postale suscettibile di raggiungere direttamente e personalmente i destinatari, le modalità insidiose di sottoscrizione dell'abbonamento annuale, nonché il significativo pregiudizio economico che discende dalla realizzazione di siffatta pratica commerciale, tenuto conto delle ridotte dimensioni economico-finanziarie delle imprese e microimprese e del fatto che le stesse, nella maggior parte dei casi, hanno appena intrapreso la propria attività d'impresa iscrivendosi alla competente Camera di Commercio nel momento in cui ricevono la comunicazione di PORTALE IMPRESE.

45. In merito alla durata della violazione, si osserva che dagli elementi disponibili acquisiti agli atti risulta che la pratica commerciale realizzata da PORTALE IMPRESE è stata posta in essere quanto meno a decorrere dal dicembre 2015¹².

La pratica commerciale è tutt'ora in corso.

46. Sulla base di tali elementi si ritiene quindi di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Portale Imprese S.r.l. nella misura di 120.000 € (centoventimila euro).

¹² Cfr. doc. 1.

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 24, 25, comma 1, lettera *d*), e 26, comma 1, lettera *f*), del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a condizionare indebitamente il comportamento economico delle imprese destinatarie, mediante l'invio non richiesto di una comunicazione commerciale contenente un bollettino postale precompilato con cui eseguire in favore del professionista un versamento di importo pari a 268,40 euro, in relazione all'acquisto di un abbonamento annuale per l'inserimento nel *database* telematico presente sul sito internet <http://portaleimprese.org>.

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Portale Imprese S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 24, 25, comma 1, lettera *d*), e 26, comma 1, lettera *f*), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla società Portale Imprese S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria di 120.000 € (centoventimila euro).

La sanzione amministrativa irrogata deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997.

Il pagamento deve essere effettuato telematicamente con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home-banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito internet www.agenziaentrate.gov.it.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'art. 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio della documentazione attestante il versamento effettuato.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000

euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lettera b), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'art. 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

*Autorità garante
della concorrenza e del mercato*

Bollettino Settimanale
Anno XXVII- N. 3 - 2017

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

Sandro Cini, Alberto Fardin, Francesca Melchiorri,
Valerio Ruocco, Simonetta Schettini
Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
Ufficio Statistica e Applicazioni Informatiche
Piazza Giuseppe Verdi, 6/a - 00198 Roma
Tel.: 06-858211 Fax: 06-85821256

Web: <http://www.agcm.it>

Realizzazione grafica

Area Strategic Design
